



# วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

## Collage of Communication Arts



# Collage of Communication Arts



รองศาสตราจารย์ ดร.กฤษณ์ ทองเลิศ  
คณบดี

## คุณวุฒิ

นศ.บ. (การสื่อสารมวลชน) เกียรตินิยม อันดับ 2  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ศศ.บ. (รัฐศาสตร์) มหาวิทยาลัยรามคำแหง

นศ.ม. (การสื่อสารมวลชน)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

นศ.ด. (นิเทศศาสตร์) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ เปิดหลักสูตร 10 สาขาวิชา คือ

- สาขาวิชาวิทยุและโทรทัศน์มัลติแพลตฟอร์ม
- สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร
- สาขาวิชาการโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์
- สาขาวิชาการภาพยนตร์ดิจิทัล
- สาขาวิชาสื่อสารการแสดง
- สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล
- สาขาวิชามัลติมีเดีย
- สาขาวิชานิเทศศาสตร์การกีฬา
- สาขาวิชาการเขียนบทและการกำกับภาพยนตร์  
และโทรทัศน์
- สาขาวิชาการสร้างสรรค์คอนเทนต์ดิจิทัล

## สาขาวิทยุและโทรทัศน์มัลติแพลตฟอร์ม Multi-Platform Radio and Television

**ชื่อปริญญา** นิเทศศาสตรบัณฑิต (วิทยุและโทรทัศน์มัลติแพลตฟอร์ม)  
Bachelor of Communication Arts (Multi-Platform Radio and Television)  
นศ.บ. (วิทยุและโทรทัศน์มัลติแพลตฟอร์ม)  
B.Com.Arts (Multi-Platform Radio and Television)

### ความสำคัญของหลักสูตร

วิทยุและโทรทัศน์มัลติแพลตฟอร์ม เป็นสื่อมวลชนแขนงหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญยิ่งต่อการเคลื่อนไหวตัวไปของสังคมในยุคปัจจุบัน โดยทำหน้าที่เป็นทั้งผู้กระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลง เสนอข้อมูลเพื่อประโยชน์ในการตัดสินใจเลือกทิศทางของสมาคมวิชาชีพนั้น ๆ และทำหน้าที่ผ่อนคลายความตึงเครียด ความขัดแย้ง ในรูปแบบของเวทีความคิดเห็นและช่องทางบันเทิงและยังทำหน้าที่สอดส่องดูแลความเป็นไปของสังคม เป็นตัวแทนคอยตรวจสอบสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นว่าเหมาะสมด้วยเหตุผลและชอบธรรมหรือไม่

ปัจจุบันสื่อวิทยุและโทรทัศน์มัลติแพลตฟอร์มเป็นช่องทางที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสารโทรคมนาคมและคอมพิวเตอร์สารสนเทศ จึงเป็นกลไกสำคัญในการผลักดันการเปลี่ยนแปลงของสังคม ช่วยเปิดโลกความรู้ของประชาชนในปริมาณที่กว้างไกลไร้พรมแดนให้มีสติปัญญาและเห็นคุณค่าของการพัฒนาปรับปรุงเอง จึงอาจกล่าวได้ว่าสื่อวิทยุและโทรทัศน์มัลติแพลตฟอร์ม คือห้องเรียนที่ใหญ่ที่สุดในโลกและไม่ตกอยู่ภายใต้ปัญหาด้านเวลาและสถานที่

ในทศวรรษที่กำลังก้าวหน้านี้ จะเกิดการพัฒนาเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจ วัฒนธรรมและเทคโนโลยีของโลกอย่างรวดเร็ว โดยมีเงื่อนไขของเอกลักษณ์ชุมชนและสิทธิมนุษยชนเข้ามาเป็นปัจจัยเกี่ยวข้อง เพื่อให้มนุษย์อยู่ได้อย่างภาคภูมิใจและเป็นสุข สื่อวิทยุและโทรทัศน์มัลติแพลตฟอร์มเองก็ต้องปรับบทบาทตนเองให้สอดคล้องรับกับการเปลี่ยนแปลงนั้นด้วย

ซึ่งการผลิตรายการวิทยุและโทรทัศน์มัลติแพลตฟอร์ม ต้องอาศัยความรู้ในวิชาต่าง ๆ มาเป็นองค์ประกอบพื้นฐานทั้งความรู้ในด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมืองและวัฒนธรรม รวมทั้งศิลปะการสื่อสาร การจัดการการวางแผนและการประสานงานเชื่อมโยงที่ดี รวมถึงทักษะการใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ มาร่วมในกระบวนการสร้างสรรค์การผลิตและเผยแพร่รายการวิทยุและโทรทัศน์มัลติแพลตฟอร์ม ให้เกิดประสิทธิผลอันสอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาของสังคมโดยอยู่บนพื้นฐานของจรรยาบรรณวิชาชีพและจริยธรรม การดำเนินกิจการผลิตของสื่อวิทยุและโทรทัศน์มัลติแพลตฟอร์ม ย่อมได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของสังคมอยู่เสมอ และยังเป็นสถาบันสื่อมวลชนที่สังคมคาดหวังการส่งเสริมสนับสนุนกิจกรรมพัฒนาสังคม ดังนั้นการผลิตบัณฑิตเพื่อออกไปเป็นบุคลากรในวิชาชีพวิทยุและโทรทัศน์มัลติแพลตฟอร์มนั้น จำเป็นต้องเน้นให้บัณฑิตได้ตระหนักถึงบทบาทและความรับผิดชอบอันพึงมีต่อสังคม และเป็นบุคลากรที่ก่อปรด้วยคุณธรรม

และยึดมั่นในจรรยาวิชาชีพ ซึ่งจะทำให้สื่อวิทยุและโทรทัศน์มีผลิตผลดีเป็นประโยชน์สร้างสรรค์สังคม ด้วยอุดมการณ์อันดีงาม

การปรับปรุงหลักสูตรวิทยุและโทรทัศน์มีผลิตผลดีให้เหมาะสมกับสภาพสังคมในอนาคตนั้นมีความจำเป็นอย่างยิ่ง ทั้งนี้ได้อาศัยข้อมูลจากนักวิชาชีพ นักวิชาการ และบัณฑิตที่ได้สำเร็จการศึกษาและก้าวเข้าสู่วิชาชีพสื่อสารมวลชนในปัจจุบันมาแล้วระยะหนึ่ง อีกทั้งจากการวิเคราะห์ถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงสังคมในอนาคต มาเป็นกรอบแนวทางในการสร้างหลักสูตรนิเทศศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาวิทยุและโทรทัศน์มีผลิตผลดี เพื่อให้อาจผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพและตรงกับความต้องการของสังคมมากยิ่งขึ้น วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1) ให้มีความรู้ความสามารถและทักษะในวิทยาการด้านการผลิตรายการวิทยุและโทรทัศน์มีผลิตผลดีด้วยระเบียบวิธีที่ทันสมัยและเป็นที่ยอมรับในประชาคมทางวิชาการ และมีความรู้และทักษะความสามารถในการปฏิบัติงานเพื่อสนองตอบความต้องการของสถาบันและองค์กรต่าง ๆ ในสังคม

2) เพื่อสร้างนักวิทยุและโทรทัศน์ที่สามารถนำองค์ความรู้ที่เรียนมาผลิตผลงานสร้างสรรค์ ทั้งสื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ และสื่อออนไลน์ ทั้งเบื้องหน้าเบื้องหลัง ผ่านการเขียนบท การเป็นผู้ประกาศ ถ่ายทำ ตัดต่อ การสร้างสรรค์งานกราฟิก กำกับรายการ และสร้างสรรค์รายการ ตลอดจนหลักและกระบวนการคิดในการสื่อสารเนื้อหาเพื่อให้ผู้อื่นได้เข้าใจควบคู่ไปกับหลักและแนวทางในการดำเนินธุรกิจและประกอบอาชีพ

3) เพื่อสร้างนักวิทยุและโทรทัศน์ที่มีคุณธรรม จริยธรรม มีความรับผิดชอบต่อวิชาชีพและสังคม ตลอดจนตระหนักถึงภาระหน้าที่ในการสืบสานศิลปวัฒนธรรมของชาติและการมีจิตสำนึกที่ดีในการร่วมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

4) มีความรู้พื้นฐานที่สามารถศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น ทั้งในสาขาวิชาชีพและสาขาอื่น ๆ

### โครงสร้างหลักสูตร

• ระยะเวลาศึกษาตลอดหลักสูตร 4 ปี

• จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร

126 หน่วยกิต

หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

30 หน่วยกิต

หมวดวิชาศึกษาทั่วไปแบ่งโครงสร้างหลักสูตรออกเป็น 8 กลุ่มวิชา ดังนี้

กลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 จำนวนหน่วยกิตรวม

15 หน่วยกิต แบ่งเป็น

กลุ่มที่ 1 อัตลักษณ์มหาวิทยาลัย (RSU Identity)

3 หน่วยกิต

กลุ่มที่ 2 ความเป็นสากลและการสื่อสาร

(Internationalization and Communication) 12

หน่วยกิต

โดยกลุ่มที่ 2 แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มวิชาดังนี้

กลุ่มที่ 2.1 ภาษาอังกฤษ (English Language) 6 หน่วยกิต

กลุ่มที่ 2.2 ภาษานานาชาติและประสบการณ์ระหว่างประเทศ

(International Language and International Experience) 6 หน่วยกิต

กลุ่มที่ 3 ถึงกลุ่มที่ 8 จำนวนหน่วยกิตรวม 15 หน่วยกิต  
นักศึกษาสามารถเลือกเรียนรายวิชาในกลุ่มที่ 3 ถึงกลุ่มที่ 8 โดยในแต่ละกลุ่มจะเลือกวิชาได้  
ไม่เกิน 3 หน่วยกิต รวมแล้วไม่น้อยกว่า 15 หน่วยกิต

กลุ่มที่ 3 ภาวะผู้นำและความรับผิดชอบต่อสังคม (Leadership and Social  
Responsibility)

กลุ่มที่ 4 ศิลปะและวัฒนธรรม (Arts and Culture)

กลุ่มที่ 5 ผู้ประกอบการนวัตกรรม Innovative Entrepreneurship)

กลุ่มที่ 6 รู้เท่าทันสื่อดิจิทัล (Digital Media Literacy)

กลุ่มที่ 7 หลักคิดวิทยาศาสตร์ (Essence of Science)

กลุ่มที่ 8 อาร์เอสยู มาย-สไตล์ (RSU My-Style)

หมวดวิชาเฉพาะ	90	หน่วยกิต
กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ	36	หน่วยกิต
กลุ่มวิชาชีพ	54	หน่วยกิต
ก. วิชาชีพ-บังคับ	39	หน่วยกิต
ข. วิชาชีพ-เลือก	15	หน่วยกิต
หมวดวิชาเสรี ไม่น้อยกว่า	6	หน่วยกิต

### แนวทางประกอบอาชีพ

- 1) พิธีกร ผู้ประกาศข่าว ผู้สื่อข่าว
- 2) ช่างภาพรายการ ผู้ตัดต่อรายการ ผู้สร้างสรรค์งานกราฟิกรายการโทรทัศน์มัลติแพลตฟอร์ม
- 3) ผู้เขียนบท ผู้สร้างสรรค์รายการวิทยุหรือโทรทัศน์ อาทิ ข่าว ละคร มิวสิควิดีโอ รายการ  
บันเทิงต่าง ๆ
- 4) ผู้ควบคุมการผลิตรายการ ผู้กำกับรายการ ผู้กำกับภาพ
- 5) ผู้บริหารด้านการวางแผนและจัดการงานวิทยุและโทรทัศน์มัลติแพลตฟอร์ม
- 6) ประกอบอาชีพอิสระหรือเป็นผู้ประกอบการด้านวิทยุและโทรทัศน์มัลติแพลตฟอร์ม



## แผนการศึกษาสาขาวิทยุและโทรทัศน์มัลติแพลตฟอร์ม

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 1

#### ภาคการศึกษา S (พิเศษ)

ENL XXX	English Language (1)	3(2-2-5)
RSU 111	Social Dharmacracy	2(2-0-4)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (1)	3(x-x-x)

Total 8 Credit

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM 111	Principles and Theories of Communication	3(3-0-6)
COM 117	Speech and Personality Development Development	3(2-2-5)
COM 116	Language in Communication Arts	3(2-2-5)
MRT 111	Introduction to Multi-Platform Radio and Television	3(3-0-6)
XXX.....	English Language (2)	3(x-x-x)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (2)	3(x-x-x)
RSU 112	Sports for health	1(0-2-1)

Total 19 Credit

#### ภาคการศึกษาที่ 2

COM 211	Communication Ethics and Law	3(3-0-6)
COM 223	Creative Creative Digital Photography for Communication	3(2-2-5)
MRT 221	Sound Design for Media	3(1-4-4)
XXX.....	English Language (3)	3(x-x-x)
XXX.....	English Language (4)	3(x-x-x)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (3)	3(x-x-x)

Total 18 Credit

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 2

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM 230	Creative Thinking for Communication Arts	3(2-2-5)
COM 231	Creation of Contents for Digital Media	3(2-2-5)
MRT 222	Scriptwriting for Multi-Platform Television Program	3(1-4-4)
MRT 370	Art for Set Design and Lighting	3(1-4-4)
XXX.....	Professional Elective (1)	3(x-x-x)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (4)	3(x-x-x)

Total 18 Credit

#### ภาคการศึกษาที่ 2

COM 217	Psychology of Communication	3(3-0-6)
COM 228	Audience Analysis in Digital Era	3(3-0-6)
MRT 381	Acting Techniques for Radio and Television	3(1-4-4)
MRT 390	Post Production for Multi-Platform Radio and Television	3(1-4-4)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (5)	3(x-x-x)
XXX.....	Professional Elective (2)	3(x-x-x)

Total 18 Credit

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 3

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM 227	Intercultural Communication	3(3-0-6)
COM 317	Introduction to Research for Communication Arts	3(3-0-6)
MRT 322	Program Production for Multi-Platform Television I	3(1-4-4)
MRT 323	Programing and Promotion Strategies for Radio and Television Multi-Platform	3(3-0-6)
MRT 420	Multi-Platform Radio and Television News	3(1-4-4)
XXX.....	Professional Elective (3)	3(x-x-x)
XXX.....	Professional Elective (4)	3(x-x-x)
		<b>Total 21 Credit</b>

#### ภาคการศึกษาที่ 2

COM 349	Communication Entrepreneurs	3(3-0-6)
MRT 422	Principles of Multi-Platform Radio and Television Program Criticism	3(3-0-6)
XXX.....	Professional Elective (5)	3(x-x-x)
XXX.....	Free Elective (1)	3(x-x-x)
XXX.....	Free Elective (2)	3(x-x-x)
		<b>Total 15 Credit</b>

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 4

#### ภาคการศึกษา S (พิเศษ)

MRT 489	Internship	1(0-40-20)
		<b>Total 1 Credit</b>

#### ภาคการศึกษาที่ 1

MRT 491	Seminar in Multi-Platform Radio and Television	3(3-0-6)
		<b>Total 3 Credit</b>

#### ภาคการศึกษาที่ 2

MRT 492	Senior Project	5(0-10-5)
		<b>Total 5 Credit</b>

## แผนสหกิจการศึกษา

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 1

#### ภาคการศึกษาฤดูร้อน

ENL XXX English Language (1)	3(2-2-5)
RSU 111 Social Dharmacracy	2(2-0-4)
RSU XXX Group 3 - Group 8 (1)	3(x-x-x)

**Total 8 Credit**

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM 111 Principles and Theories of Communication	3(3-0-6)
COM 117 Speech and Personality Development Development	3(2-2-5)
COM 116 Language in Communication Arts	3(2-2-5)
MRT 111 Introduction to Multi-Platform Radio and Television	3(3-0-6)
XXX..... English Language (2)	3(x-x-x)
RSU XXX Group 3 - Group 8 (2)	3(x-x-x)
RSU 112 Sports for health	1(0-2-1)

**Total 19 Credit**

#### ภาคการศึกษาที่ 2

COM 211 Communication Ethics and Law	3(3-0-6)
COM 223 Creative Creative Digital Photography for Communication	3(2-2-5)
MRT 221 Sound Design for Media	3(1-4-4)
XXX..... English Language (3)	3(x-x-x)
XXX..... English Language (4)	3(x-x-x)
RSU XXX Group 3 - Group 8 (3)	3(x-x-x)

**Total 18 Credit**

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 2

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM 230 Creative Thinking for Communication Arts	3(2-2-5)
COM 231 Creation of Contents for Digital Media	3(2-2-5)
MRT 222 Scriptwriting for Multi-Platform Television Program	3(1-4-4)
MRT 370 Art for Set Design and Lighting	3(1-4-4)
XXX..... Professional Elective (1)	3(x-x-x)
RSU XXX Group 3 - Group 8 (4)	3(x-x-x)

**Total 18 Credit**

#### ภาคการศึกษาที่ 2

COM 217 Psychology of Communication	3(3-0-6)
COM 228 Audience Analysis in Digital Era	3(3-0-6)
MRT 381 Acting Techniques for Radio and Television	3(1-4-4)
MRT 390 Post Production for Multi-Platform Radio and Television	3(1-4-4)
RSU XXX Group 3 - Group 8 (5)	3(x-x-x)
XXX..... Professional Elective (2)	3(x-x-x)

**Total 18 Credit**



### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 3

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM 227	Intercultural Communication	3(3-0-6)
COM 317	Introduction to Research for Communication Arts	3(3-0-6)
MRT 322	Program Production for Multi-Platform Television I	3(1-4-4)
MRT 323	Programing and Promotion Strategies for Radio and Television Multi-Platform	3(3-0-6)
MRT 420	Multi-Platform Radio and Television News	3(1-4-4)
XXX.....	Professional Elective (3)	3(x-x-x)
XXX.....	Professional Elective (4)	3(x-x-x)

**Total 21 Credit**

#### ภาคการศึกษาที่ 2

COM 349	Communication Entrepreneurs	3(3-0-6)
MRT 422	Principles of Multi-Platform Radio and Television Program Criticism	3(3-0-6)
XXX.....	Professional Elective (5)	3(x-x-x)
XXX.....	Free Elective (1)	3(x-x-x)
XXX.....	Free Elective (2)	3(x-x-x)

**Total 15 Credit**

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 4

#### ภาคการศึกษาที่ 1

MRT 491	Seminar in Multi-Platform Radio and Television	3(3-0-6)
---------	---	----------

**Total 3 Credit**

#### ภาคการศึกษาที่ 2

MRT 493	Cooperative Education	6(0-40-20)
---------	-----------------------	------------

**Total 6 Credit**

## สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร Public Relations and Corporate Communication

- ชื่อปริญญา** : นิเทศศาสตรบัณฑิต (การประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร)  
: Bachelor of Communication Arts  
(Public Relations and Corporate Communication)  
: นศ.บ. (การประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร)  
: B.Com.Arts (Public Relations and Corporate Communication)

### ปรัชญา ความสำคัญ และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร

**ปรัชญา** : การสร้างสรรค์ค่านิยมแห่งวิชาชีพการประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร

**ปณิธาน** : สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กรได้จัดตั้งขึ้น โดยเล็งเห็นถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กรที่มีบทบาทและความจำเป็นมากขึ้นในสังคมปัจจุบันสำหรับองค์กรและสถาบันสมัยใหม่ทุกประเภททั้งภาครัฐและเอกชน งานประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร สามารถช่วยสนองนโยบายให้สัมฤทธิ์ผลตรงตามเป้าหมาย ช่วยแก้ไขภาพลักษณ์ที่ไม่พึงประสงค์ และช่วยสร้างภาพลักษณ์อันถูกต้องและเป็นที่ยอมรับให้เกิดขึ้นและคงอยู่ตลอดไป

### ความสำคัญ

ในประเทศไทยปรากฏงานด้านการประชาสัมพันธ์ ตั้งแต่ พ.ศ. 2476 ในนามกองโฆษณาการ และวิวัฒนาการอย่างต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน จนเป็นที่ยอมรับกันว่าการประชาสัมพันธ์นั้น เป็นเรื่อง ที่จำเป็นอย่างยิ่งสำหรับองค์กรทุกประเภททั้งภาครัฐและเอกชน และมีความจำเป็นมากขึ้น เนื่องจากการประชาสัมพันธ์นั้นช่วยสนองนโยบายการสร้างภาพลักษณ์ การเผยแพร่ข่าวสารขององค์กรไปยังกลุ่มเป้าหมายอย่างสัมฤทธิ์ผล ซึ่งปัจจุบันงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรได้ขยายขอบข่ายไปยังงานสื่อสารองค์กรร่วมด้วย

การเล็งเห็นถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กรขององค์กรต่างๆ นั้น ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากบทบาทหน้าที่ของการประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ที่มีต่อการพัฒนา และการสร้างสรรค์สิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กรจนเป็นที่ประจักษ์ จะเห็นได้จากการทำประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กรของรัฐบาลที่กำหนดให้การประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กรเป็นส่วนหนึ่งของงานในระดับนโยบาย เพื่อสร้างความสัมพันธ์ และความเข้าใจกับประชาชนในเรื่องต่างๆ สำหรับการประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กรในส่วน ขององค์กรเอกชน เช่น ธนาคาร โรงแรม บริษัท และสถานประกอบการต่างๆ นั้น ก็ใช้การประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร เพื่อช่วยส่งเสริมและสนับสนุน 2 การทำงาน จนนำมาซึ่งการมีภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร

ปัจจุบัน การดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กรถือเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับคนหนุ่มสาวที่มีความแตกต่างและหลากหลาย รวมถึงการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสารและการประยุกต์ความรู้มาใช้ในองค์กรธุรกิจ งานประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร จึงมีการปรับเปลี่ยนบทบาทมากขึ้นทั้งในด้านการสื่อสารองค์กร การประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กรเพื่อการตลาด และการสร้างสรรค์สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ดังนั้น ผู้เรียนจึงมีความจำเป็นจะต้องมีความรู้ ความเข้าใจ และ

ทักษะการทำงานด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กรอย่างเข้าใจ ดังนั้น หลักสูตรของสาขาวิชาการประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร จึงเป็นหลักสูตรที่ได้รับการพัฒนาอยู่เสมอ เพื่อให้เหมาะสมสอดคล้องกับสภาพสังคมในปัจจุบัน และเพื่อให้ผู้เรียนได้รับความรู้ เกิดทักษะ ความชำนาญ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร จึงมีการจัดการเรียนการสอนที่เน้นทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติ ตลอดจนการให้ความสำคัญกับการปลูกฝังจรรยาบรรณในวิชาชีพให้เป็นบุคลากรที่มีคุณภาพ มีจริยธรรมให้กับองค์กรต่างๆ ได้

### วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1. เพื่อให้ผู้เรียนและ/หรือบัณฑิตมีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานด้าน การประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ที่สนองความต้องการของสถาบันและองค์กรต่างๆ รวมทั้งสามารถเสนอแนะชี้แนะแนวทางแก้ปัญหาของสังคมอย่างมีประสิทธิภาพโดยอาศัยกลไกแห่งศาสตร์และศิลป์ของการประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร เพื่อประโยชน์ต่อสถาบันหรือองค์กร และสังคม พัฒนาสู่ทิศทางอันถูกต้องดีงาม
2. เพื่อให้ผู้เรียนสามารถค้นหาความถนัดของตนเองได้เต็มตามศักยภาพในวิทยาการด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กรเพื่อความรู้จักตนและเข้าใจสังคมแวดล้อมมากขึ้น
3. เพื่อให้ผู้เรียนเป็นนักประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กรที่มีคุณธรรมและจริยธรรมในการประกอบอาชีพที่มีเจตคติที่ดีต่อวิชาชีพของตน

### โครงสร้างหลักสูตร

- ระยะเวลาศึกษาตลอดหลักสูตร 4 ปี
- จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร 126 หน่วยกิต
- หมวดวิชาศึกษาทั่วไป 30 หน่วยกิต**
- หมวดวิชาศึกษาทั่วไปแบ่งโครงสร้างหลักสูตรออกเป็น 8 กลุ่มวิชา ดังนี้
- กลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 จำนวนหน่วยกิตรวม 15 หน่วยกิต แบ่งเป็น
- กลุ่มที่ 1 อัตลักษณ์มหาวิทยาลัย (RSU Identity) 3 หน่วยกิต
- กลุ่มที่ 2 ความเป็นสากลและการสื่อสาร (Internationalization and Communication) 12 หน่วยกิต
- โดยกลุ่มที่ 2 แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มวิชาดังนี้
- กลุ่มที่ 2.1 ภาษาอังกฤษ (English Language) 6 หน่วยกิต
- กลุ่มที่ 2.2 ภาษานานาชาติและประสบการณ์ระหว่างประเทศ (International Language and International Experience) 6 หน่วยกิต
- กลุ่มที่ 3 ถึงกลุ่มที่ 8 จำนวนหน่วยกิตรวม 15 หน่วยกิต

นักศึกษาสามารถเลือกเรียนรายวิชาในกลุ่มที่ 3 ถึงกลุ่มที่ 8 โดยในแต่ละกลุ่มจะเลือกวิชาได้ไม่เกิน 3 หน่วยกิต รวมแล้วไม่น้อยกว่า 15 หน่วยกิต

กลุ่มที่ 3 ภาวะผู้นำและความรับผิดชอบต่อสังคม (Leadership and Social Responsibility)

กลุ่มที่ 4 ศิลปะและวัฒนธรรม (Arts and Culture)

กลุ่มที่ 5 ผู้ประกอบการนวัตกรรม Innovative Entrepreneurship)

กลุ่มที่ 6 รู้เท่าทันสื่อดิจิทัล (Digital Media Literacy)

กลุ่มที่ 7 หลักคิดวิทยาศาสตร์ (Essence of Science)

กลุ่มที่ 8 อาร์เอสยู มาย-สไตล์ (RSU My-Style)

<b>หมวดวิชาเฉพาะ</b>	<b>90</b>	<b>หน่วยกิต</b>
กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ	36	หน่วยกิต
กลุ่มวิชาชีพ	54	หน่วยกิต
ก. วิชาชีพ-บังคับ	39	หน่วยกิต
ข. วิชาชีพ-เลือก	15	หน่วยกิต
<b>หมวดวิชาเสรี ไม่น้อยกว่า</b>	<b>6</b>	<b>หน่วยกิต</b>

### อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา

1. นักประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กรในองค์กรของรัฐ รัฐวิสาหกิจ เอกชนและองค์กรสาธารณกุศล
2. นักประชาสัมพันธ์ในบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร / PR Agency
3. นักวิชาการด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร
4. ผู้ประกอบการบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร

## แผนการศึกษาสาขาวิชาการประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 1

#### ภาคการศึกษาฤดูร้อน

ENL XXX	English Language (1)	3(2-2-5)
RSU 111	Social Dharmacracy	2(2-0-4)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (1)	3(x-x-x)

**Total 8 Credit**

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM 111	Principles and Theories of Communication	3(3-0-6)
COM 116	Language in Communication Arts	3(2-2-5)
COM 117	Speech and Personality Development	3(2-2-5)
ENL XXX	English Language (2)	3(2-2-5)
XXX.....	Professional Elective (1)	3(X-X-X)
XXX.....	Professional Elective (2)	3(X-X-X)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (2)	3(x-x-x)

**Total 21 Credits**

#### ภาคการศึกษาที่ 2

COM 211	Communication Ethics and Law	3(3-0-6)
COM 223	Creative Digital Photography for Communication	3(2-2-5)
PRC 234	Graphic Design for Corporate Communication and Online Media	3(1-4-4)
PRC 238	Creative Digital Media for Corporate Communication	3(1-4-4)
ENL XXX	English Language (3)	3(2-2-5)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (3)	3(x-x-x)
RSU 112	Sports for health	1(0-2-1)

**Total 19 Credits**

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 2

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM 230	Creative Thinking for Communication Arts	3(2-2-5)
COM 231	Creation of Contents for Digital Media	3(2-2-5)
COM 317	Introduction to Research for Communication Arts	3(3-0-6)
PRC 336	Creative and Presentation Techniques for Corporate Communication	3(2-2-5)
PRC 346	Creative Digital Experience and Online Activity	3(2-2-5)
ENL XXX	English Language (4)	3(2-2-5)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (4)	3(x-x-x)

**Total 21 Credits**

#### ภาคการศึกษาที่ 2

COM 217	Psychology of Communication	3(3-0-6)
COM 228	Audience Analysis in Digital Era	3(3-0-6)
PRC 330	Evaluation for Corporate Communication	3(2-2-5)
PRC 440	Stakeholder Analytics for Public Relations and Corporate Communication	3(3-0-6)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (5)	3(x-x-x)

**Total 15 Credits**

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 3

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM 227	Intercultural Communication	3(2-2-5)
COM 349	Communication Entrepreneurs	3(3-0-6)
PRC 332	Corporate Communication Campaign	3(2-2-5)
PRC 334	Public Relations and Corporate Communication Management	3(3-0-6)
PRC 339	Public Relations Planning and Crisis Management	3(3-0-6)

**Total 15 Credits**

#### ภาคการศึกษาที่ 2

PRC 437	Marketing Public Relations	3(3-0-6)
XXX.....	Professional Elective (3)	3(X-X-X)
XXX.....	Free Elective (1)	3(X-X-X)
XXX.....	Free Elective (2)	3(X-X-X)

**Total 12 Credits**

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 4

#### ภาคการศึกษาฤดูร้อน

PRC 489	Internship	1(0-40-20)
---------	------------	------------

**Total 1 Credit**

#### ภาคการศึกษาที่ 1

หน่วยกิต(

บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)

PRC 496	Independent Study	3(2-2-5)
XXX.....	Professional Elective (4)	3(X-X-X)
XXX.....	Professional Elective (5)	3(X-X-X)

**Total 9 Credits**

#### ภาคการศึกษาที่ 2

หน่วยกิต(บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)

PRC 492	Senior Project	5(0-10-5)
---------	----------------	-----------

**Total 5 Credits**



## แผนสภกิจการศึกษา

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 1

#### ภาคการศึกษาฤดูร้อน

ENL XXX	English Language (1)	3(2-2-5)
RSU 111	Social Dharmacracy	2(2-0-4)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (1)	3(x-x-x)

**Total 8 Credit**

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM 111	Principles and Theories of Communication	3(3-0-6)
COM 116	Language in Communication Arts	3(2-2-5)
COM 117	Speech and Personality Development	3(2-2-5)
ENL XXX	English Language (2)	3(2-2-5)
XXX.....	Professional Elective (1)	3(X-X-X)
XXX.....	Professional Elective (2)	3(X-X-X)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (2)	3(x-x-x)

**Total 21 Credits**

#### ภาคการศึกษาที่ 2

COM 211	Communication Ethics and Law	3(3-0-6)
COM 223	Creative Digital Photography for Communication	3(2-2-5)
PRC 234	Graphic Design for Corporate Communication and Online Media	3(1-4-4)
PRC 238	Creative Digital Media for Corporate Communication	3(1-4-4)
ENL XXX	English Language (3)	3(2-2-5)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (3)	3(x-x-x)
RSU 112	Sports for health	1(0-2-1)

**Total 19 Credits**

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 2

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM 230	Creative Thinking for Communication Arts	3(2-2-5)
COM 231	Creation of Contents for Digital Media	3(2-2-5)
COM 317	Introduction to Research for Communication Arts	3(3-0-6)
PRC 336	Creative and Presentation Techniques for Corporate Communication	3(2-2-5)
PRC 346	Creative Digital Experience and Online Activity	3(2-2-5)
ENL XXX	English Language (4)	3(2-2-5)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (4)	3(x-x-x)

**Total 21 Credits**

#### ภาคการศึกษาที่ 2

COM 217	Psychology of Communication	3(3-0-6)
COM 228	Audience Analysis in Digital Era	3(3-0-6)
PRC 330	Evaluation for Corporate Communication	3(2-2-5)
PRC 440	Stakeholder Analytics for Public Relations and Corporate Communication	3(3-0-6)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (5)	3(x-x-x)

**Total 15 Credits**

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 3

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM 227	Intercultural Communication	3(2-2-5)
COM 349	Communication Entrepreneurs	3(3-0-6)
PRC 332	Corporate Communication Campaign	3(2-2-5)
PRC 334	Public Relations and Corporate Communication Management	3(3-0-6)
PRC 339	Public Relations Planning and Crisis Management	3(3-0-6)

Total 15 Credits

#### ภาคการศึกษาที่ 2

PRC 437	Marketing Public Relations	3(3-0-6)
XXX.....	Professional Elective (3)	3(X-X-X)
XXX.....	Free Elective (1)	3(X-X-X)
XXX.....	Free Elective (2)	3(X-X-X)

Total 12 Credits

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 4

#### ภาคการศึกษาที่ 1

หน่วยกิต(บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)		
PRC 496	Independent Study	3(2-2-5)
XXX.....	Professional Elective (4)	3(X-X-X)
XXX.....	Professional Elective (5)	3(X-X-X)

Total 9 Credits

#### ภาคการศึกษาที่ 2

PRC 493	Cooperative Education	6(0-40-20)
---------	-----------------------	------------

Total 6 Credits

## สาขาวิชาการโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์

### Advertising and Creative Media

ชื่อปริญญา	:	นิเทศศาสตรบัณฑิต (การโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์)
	:	Bachelor of Communication Arts (Advertising and Creative Media)
	:	นศ.บ. (การโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์)
	:	B.Com. Arts (I Advertising and Creative Media)

### ปรัชญา ความสำคัญของหลักสูตร

#### ปรัชญา

หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์ เป็นหลักสูตรที่บูรณาการและประยุกต์ศาสตร์ แนวคิด และกลวิธีที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเพื่อการโฆษณา ร่วมกับแนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยีทางการสื่อสารผ่านช่องทางที่หลากหลาย และทักษะที่จำเป็นสำหรับศตวรรษที่ 21 เพื่อสร้างสรรค์ นักโฆษณาที่มีความรู้ลึกในศาสตร์ของสาขาวิชา สามารถปฏิบัติงานได้จริง มีความคิดสร้างสรรค์ที่เป็นเอกลักษณ์ มีทักษะในการบริหารจัดการโฆษณา มีความพร้อมในการปรับตัวเพื่อตั้งรับกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องในบริบทต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมโฆษณา ทั้งทางการเมือง เศรษฐกิจ เทคโนโลยี สังคม และวัฒนธรรม โดยยึดมั่นในคุณธรรมและจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพ รวมทั้งมีจิตสำนึกรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อการสร้างสรรค์โฆษณาที่มีประสิทธิภาพ และเป็นสากลให้เข้าถึงผู้บริโภค และสามารถสื่อสารเพื่อส่งเสริม ผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า และองค์กร ทั้งทางภาครัฐและเอกชน หรือเพื่อสังคมได้อย่างยั่งยืน

#### ความสำคัญของหลักสูตร

จากการพัฒนาที่ก้าวหน้าทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งเทคโนโลยีด้วยการสนับสนุนเชิงนโยบายของรัฐบาล ประกอบกับ “การพลิกผันทางดิจิทัล” หรือ “Digital Disruption” และ ความปวกวิถึใหม่ในบริบทต่างๆ ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ธุรกิจต่างๆ พยายามทำความเข้าใจการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมของผู้บริโภคในรูปแบบต่างๆ โดยไม่จำกัดอยู่เพียงแค่การทำความเข้าใจในแนวทางในการบริโภค แต่ไปถึงการวิเคราะห์ความรู้สึกนึกคิด เพื่อสื่อสารผ่านสื่อต่างๆ แบบไร้รอยต่อเพื่อการสร้างความผูกพัน (Engagement) กับกลุ่มเป้าหมาย และรักษาความภักดี (Loyalty)

ในขณะที่เดียวกัน ประเด็นทางสังคมที่เกิดจากกลุ่มคนเชื่อมต่อหรือยึดโยงกันด้วยความสนใจเดียวกัน จากกลุ่มคนที่มีจำนวนไม่มากอาจสร้างพลังแห่งการเปลี่ยนแปลงได้ “วัฒนธรรมย่อย”

อาจมีอิทธิพลมากกว่าวัฒนธรรมหลัก เหล่านี้ส่งผลให้พฤติกรรมกรรมการบริโภคเปลี่ยนแปลงไปตามกระแสต่างๆ อย่างรวดเร็วเช่นกัน การจะให้ธุรกิจสามารถครองใจผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนที่เป็นพลวัตได้นั้น จะต้องพึงพาการสื่อสารกับผู้บริโภคในลักษณะเฉพาะบุคคลเพื่อตอบสนองความสนใจและความต้องการของอย่างตรงใจ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ด้วยกระบวนการการใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อการสื่อสารเสมือนกับสื่อสารกับผู้บริโภคเฉพาะบุคคลจึงถือเป็นองค์ประกอบสำคัญในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ในภาวะที่มีการแข่งขันทางธุรกิจสูงและผู้บริโภคมีทางเลือกที่หลากหลาย

หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์ มีรูปแบบการเรียนการสอน และระบบสนับสนุนการเรียนรู้ที่จะทำให้ผู้สำเร็จการศึกษามีความถนัดลึกในศาสตร์แห่งโฆษณา ทั้งในด้านองค์ความรู้เชิงวิชาการและการใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อการโฆษณา ทักษะในการปรับตัวเพื่อตั้งรับกับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ รวมถึงมีประสบการณ์วิชาชีพที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของอุตสาหกรรมการโฆษณา การตลาด หรือสายงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง หรือแม้แต่การนำความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับจากการเรียนการสอนไปเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจที่หลากหลาย ตามความสนใจ

### วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ความสามารถและทักษะในการปฏิบัติงานทางด้านการโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์ ที่ตอบสนองต่อความต้องการขององค์กรธุรกิจ สถาบันและหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน
- 2) เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความคิดสร้างสรรค์ที่เป็นเอกลักษณ์ สามารถคิดวิเคราะห์ วางแผนด้านกลยุทธ์การโฆษณาและเลือกใช้สื่อสร้างสรรค์ที่เหมาะสม และมีประสิทธิภาพ
- 3) เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีศักยภาพ สามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีต่างๆ เพื่อการโฆษณาที่ทันสมัยอย่างเหมาะสมและเป็นสากล
- 4) เพื่อผลิตบัณฑิตที่สามารถปรับตัวได้กับสถานการณ์ต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมการโฆษณาที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ
- 5) เพื่อผลิตบัณฑิตที่เป็นทั้งนักโฆษณาและนักสร้างสรรค์สื่อ ที่มีคุณธรรม จริยธรรม ในการประกอบอาชีพ มีเจตคติที่ดีต่อวิชาชีพ และเป็นที่ยอมรับในวงการวิชาชีพ

### โครงสร้างหลักสูตร

- ระยะเวลาศึกษาตลอดหลักสูตร 4 ปี
- จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร 126 หน่วยกิต
- หมวดวิชาศึกษาทั่วไป 30 หน่วยกิต

หมวดวิชาศึกษาทั่วไปแบ่งโครงสร้างหลักสูตรออกเป็น 8 กลุ่มวิชา ดังนี้

กลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 จำนวนหน่วยกิตรวม	15	หน่วยกิต แบ่งเป็น
กลุ่มที่ 1 อัตลักษณ์มหาวิทยาลัย (RSU Identity)	3	หน่วยกิต
กลุ่มที่ 2 ความเป็นสากลและการสื่อสาร (Internationalization and Communication)	12	หน่วยกิต
โดยกลุ่มที่ 2 แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มวิชาดังนี้		
กลุ่มที่ 2.1 ภาษาอังกฤษ (English Language)	6	หน่วยกิต
กลุ่มที่ 2.2 ภาษานานาชาติและประสบการณ์ระหว่างประเทศ (International Language and International Experience)	6	หน่วยกิต

**กลุ่มที่ 3 ถึงกลุ่มที่ 8 จำนวนหน่วยกิตรวม 15 หน่วยกิต**

นักศึกษาสามารถเลือกเรียนรายวิชาในกลุ่มที่ 3 ถึงกลุ่มที่ 8 โดยในแต่ละกลุ่มจะเลือกวิชาได้ไม่เกิน 3 หน่วยกิต รวมแล้วไม่น้อยกว่า 15 หน่วยกิต

กลุ่มที่ 3 ภาวะผู้นำและความรับผิดชอบต่อสังคม (Leadership and Social Responsibility)		
กลุ่มที่ 4 ศิลปะและวัฒนธรรม (Arts and Culture)		
กลุ่มที่ 5 ผู้ประกอบการนวัตกรรม Innovative Entrepreneurship)		
กลุ่มที่ 6 รู้เท่าทันสื่อดิจิทัล (Digital Media Literacy)		
กลุ่มที่ 7 หลักคิดวิทยาศาสตร์ (Essence of Science)		
กลุ่มที่ 8 อาร์เอสยู มาย-สไตล์ (RSU My-Style)		

<b>หมวดวิชาเฉพาะ</b>	<b>90</b>	<b>หน่วยกิต</b>
กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ	36	หน่วยกิต
กลุ่มวิชาชีพ	54	หน่วยกิต
ก. วิชาชีพ-บังคับ	39	หน่วยกิต
ข. วิชาชีพ-เลือก	15	หน่วยกิต
<b>หมวดวิชาเสรี ไม่น้อยกว่า</b>	<b>6</b>	<b>หน่วยกิต</b>

### แนวทางการประกอบอาชีพ

1. เจ้าของกิจการด้านโฆษณาและการผลิตสื่อโฆษณาบนช่องทางที่หลากหลาย
2. บุคลากรในองค์กรตัวแทนโฆษณาต่างๆ
3. บุคลากรในด้านการวางแผนสื่อโฆษณาบนช่องทางที่หลากหลาย
4. บุคลากรในองค์กรด้านการผลิตสื่อโฆษณาบนช่องทางที่หลากหลาย
5. บุคลากรในฝ่ายการฝ่ายการออกแบบและผลิตสื่อโฆษณาในภาครัฐและเอกชน
6. อาชีพอิสระด้านโฆษณาและการผลิตสื่อโฆษณา

## แผนการศึกษาสาขาวิชาการโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 1

#### ภาคการศึกษาฤดูร้อน

ENL XXX	English Language (1)	3(2-2-5)
RSU 111	Social Dharmacracy	2(2-0-4)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (1)	3(x-x-x)

**Total 8 Credit**

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM 111	Principles and Theories of Communication	3(3-0-6)
ADM 150	Introduction to Advertising and Creative Media	3(3-0-6)
ADM 153	Consumer Insight Analysis	3(3-0-6)
ENL XXX	English Language (2)	3(2-2-5)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (2)	3(x-x-x)
RSU 112	Sports for health	1(0-2-1)

**Total 17 Credits**

#### ภาคการศึกษาที่ 2

COM 116	Language in Communication Arts	3(2-2-5)
COM 117	Speech and Personality Development	3(2-2-5)
COM 223	Creative Digital Photography for Communication	3(2-2-5)
ADM 259	Advertising in Digital Media	3(3-0-6)
ENL XXX	English Language (3)	3(2-2-5)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (3)	3(x-x-x)

**Total 18 Credits**

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 2

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM 217	Psychology of Communication	3(3-0-6)
COM 228	Audience Analysis in Digital Era	3(2-2-5)
COM 317	Introduction to Research for Communication Arts	3(3-0-6)
ADM 260	Advertising and Creative Media Design and Production	3(2-2-5)
ADM 261	Advertising Content Creation	3(2-2-5)
ENL XXX	English Language (4)	3(2-2-5)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (4)	3(x-x-x)

**Total 21 Credits**

#### ภาคการศึกษาที่ 2

COM 230	Creative Thinking for Communication Arts	3(2-2-5)
COM 231	Creation of Contents for Digital Media	3(2-2-5)
ADM 350	Omnichannel Advertising	3(2-2-5)
XXX ...	Professional Elective (1)	3(X-X-X)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (5)	3(X-X-X)

**Total 15 Credits**



### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 3

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM 211	Communication Ethics and Law	3(3-0-6)
COM 227	Intercultural Communication	3(2-2-5)
ADM 352	Advertising Media Planning	3(3-0-6)
ADM 354	Advertising Research and Development	3(3-0-6)
XXX ...	Professional Elective (2)	3(X-X-X)

Total 15 Credits

#### ภาคการศึกษาที่ 2

จำนวนหน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง)

COM 349	Communication Entrepreneurs	3(3-0-6)
ADM 451	Advertising Business Management	3(3-0-6)
ADM 453	Professional Advertising Pitching	3(3-0-6)
XXX ...	Professional Elective (3)	3(X-X-X)
XXX ...	Professional Elective (4)	3(X-X-X)

Total 15 Credits

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 4

#### ภาคการศึกษาฤดูร้อน

ADM 489	Internship	1(0-40-20)
		Total 1 Credits

#### ภาคการศึกษาที่ 1

XXX ...	Professional Elective (4)	3(X-X-X)
XXX ...	Free Elective (1)	3(X-X-X)
XXX ...	Free Elective (9)	3(X-X-X)
		Total 9 Credits

#### ภาคการศึกษาที่ 2

ADM 492	Senior Project	5(0-10-5)
		Total 5 Credits

## แผนสภกิจการศึกษา

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 1

#### ภาคการศึกษาฤดูร้อน

ENL XXX	English Language (1)	3(2-2-5)
RSU 111	Social Dharmacracy	2(2-0-4)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (1)	3(x-x-x)

**Total 8 Credit**

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM 111	Principles and Theories of Communication	3(3-0-6)
ADM 150	Introduction to Advertising and Creative Media	3(3-0-6)
ADM 153	Consumer Insight Analysis	3(3-0-6)
ENL XXX	English Language (2)	3(2-2-5)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (2)	3(x-x-x)
RSU 112	Sports for health	1(0-2-1)

**Total 17 Credits**

#### ภาคการศึกษาที่ 2

COM 116	Language in Communication Arts	3(2-2-5)
COM 117	Speech and Personality Development	3(2-2-5)
COM 223	Creative Digital Photography for Communication	3(2-2-5)
ADM 259	Advertising in Digital Media	3(3-0-6)
ENL XXX	English Language (3)	3(2-2-5)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (3)	3(x-x-x)

**Total 18 Credits**

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 2

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM 217	Psychology of Communication	3(3-0-6)
COM 228	Audience Analysis in Digital Era	3(2-2-5)
COM 317	Introduction to Research for Communication Arts	3(3-0-6)
ADM 260	Advertising and Creative Media Design and Production	3(2-2-5)
ADM 261	Advertising Content Creation	3(2-2-5)
ENL XXX	English Language (4)	3(2-2-5)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (4)	3(x-x-x)

**Total 21 Credits**

#### ภาคการศึกษาที่ 2

COM 230	Creative Thinking for Communication Arts	3(2-2-5)
COM 231	Creation of Contents for Digital Media	3(2-2-5)
ADM 350	Omnichannel Advertising	3(2-2-5)
XXX ...	Professional Elective (1)	3(X-X-X)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (5)	3(X-X-X)

**Total 15 Credits**

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 3

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM 211	Communication Ethics and Law	3(3-0-6)
COM 227	Intercultural Communication	3(2-2-5)
ADM 352	Advertising Media Planning	3(3-0-6)
ADM 354	Advertising Research and Development	3(3-0-6)
XXX ...	Professional Elective (2)	3(X-X-X)

Total 15 Credits

#### ภาคการศึกษาที่ 2

จำนวนหน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)

COM 349	Communication Entrepreneurs	3(3-0-6)
ADM 451	Advertising Business Management	3(3-0-6)
ADM 453	Professional Advertising Pitching	3(3-0-6)
XXX ...	Professional Elective (3)	3(X-X-X)
XXX ...	Professional Elective (4)	3(X-X-X)

Total 15 Credits

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 4

#### ภาคการศึกษาที่ 1

XXX ...	Professional Elective (4)	3(X-X-X)
XXX ...	Free Elective (1)	3(X-X-X)
XXX ...	Free Elective (9)	3(X-X-X)

Total 9 Credits

#### ภาคการศึกษาที่ 2

ADM 493	Cooperative Education	(0-40-20)
---------	-----------------------	-----------

Total 6 Credits

## สาขาวิชาการภาพยนตร์ดิจิทัล

### Digital Film

- ชื่อปริญญา : นิเทศศาสตรบัณฑิต (การภาพยนตร์ดิจิทัล)  
: Bachelor of Communication Arts (Digital Film)  
: นศ.บ. (การภาพยนตร์ดิจิทัล)  
: B.Com.Arts (Digital Film)

### ปรัชญา

ภาพยนตร์ดิจิทัล นอกจากจะมีบทบาทต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและกระจายรายได้ของประเทศแล้ว ภาพยนตร์ดิจิทัล ยังมีบทบาทในฐานะสื่อมวลชนที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาสังคม ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม ของชาติและธำรงรักษาสิ่งแวดล้อม

ด้วยตระหนักถึงความสำคัญดังกล่าวสาขาวิชาการภาพยนตร์ดิจิทัล วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ ซึ่งถือกำเนิดขึ้นมาเมื่อ พ.ศ. 2535 จึงมีการเปลี่ยนแปลงเป็น สาขาวิชาการภาพยนตร์ดิจิทัล วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ ความสามารถในงานด้านภาพยนตร์ดิจิทัล สามารถนำไปประกอบอาชีพได้อย่างมีประสิทธิภาพและเปี่ยมไปด้วยความสำนึกทางสังคม ซึ่งมีบัณฑิตจบไปแล้วหลายรุ่น อย่างไรก็ตามจากกระแสการเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม ตลอดจนความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี ทำให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์มีการเปลี่ยนแปลงไปไม่ว่าจะเป็นกระบวนการคิด รูปแบบ เนื้อหา ตลอดจนเครื่องมือในการผลิตที่ก้าวไปสู่โลกดิจิทัล และสื่อในการนำเสนอที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้นประกอบกับการมีฐานะเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และบริการ จึงเห็นควรที่จะปรับปรุงหลักสูตรสาขาวิชาการภาพยนตร์ดิจิทัลให้สอดคล้องกับการพัฒนาเปลี่ยนแปลงดังกล่าว

### ความสำคัญ

หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิตสาขาวิชาการภาพยนตร์ดิจิทัล เป็นหลักสูตรที่ตอบสนองความต้องการของผู้ที่ต้องการเรียนรู้เชิงลึกในการผลิตงานภาพยนตร์ดิจิทัล เพื่อเป็นการรองรับการขยายตัวด้านบริการสร้างสรรค์งานธุรกิจและอุตสาหกรรมภาพยนตร์ดิจิทัล ทั้งภายในและต่างประเทศ นักศึกษาผู้เรียนในหลักสูตรจะผ่านกระบวนการเรียนรู้ที่ออกแบบเป็นอย่างดี และเป็นไปตามมาตรฐานคุณภาพการศึกษา เพื่อให้มีความพร้อมและมีศักยภาพสูงในการพัฒนาตนเองให้เข้ากับลักษณะงานทั้งทางด้านวิชาการและวิชาชีพสอดคล้องไปกับความเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม และสามารถนำเทคโนโลยีและสารสนเทศไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีจรรยาบรรณและความรับผิดชอบต่อตนเอง สังคม และประเทศชาติ

หลักสูตรนิเทศศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาการภาพยนตร์ดิจิทัล จัดระบบการเรียนการสอนที่สามารถทำให้ผู้สำเร็จการศึกษามีองค์ความรู้สมดุลงัยทั้งทางด้านวิชาการและวิชาชีพ สามารถนำไปใช้ประกอบอาชีพได้ทั้งสองทางคือทางด้านการผลิตภาพยนตร์ดิจิทัล และ การสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลบางประเภทควบคู่กันไป ไม่ว่าจะเป็นสายงานภาครัฐและภาคเอกชน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสนใจและความสามารถเชิงทักษะวิชาชีพของแต่ละบุคคล รวมทั้งยังสามารถศึกษาต่อระดับปริญญาที่สูงขึ้นทั้งในและต่างประเทศ จะเป็นสาขาวิชาทางด้านนี้หรือในสาขาวิชาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

### วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1. เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีทักษะความรู้ในการผลิตสื่อภาพยนตร์ดิจิทัลสนองความต้องการของสถาบันและองค์กรต่าง ๆ ทั้งของภาครัฐและเอกชน
2. เพื่อให้ความรู้วิทยาการทางด้านภาพยนตร์ดิจิทัล ให้เป็นที่ยอมรับในประชาคมทางวิชาการ เพื่อเผยแพร่ความรู้วิชาการภาพยนตร์ดิจิทัลแก่สังคมให้กว้างขวางยิ่งขึ้น
3. เพื่อให้เป็นผู้มีคุณธรรมและจริยธรรมทั้งในการผลิตสื่อภาพยนตร์ดิจิทัล และการนำสื่อภาพยนตร์ดิจิทัลไปใช้เพื่อการพัฒนาสังคม ศิลปวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม
4. เพื่อเปิดโอกาสให้นักศึกษา ค้นหาคำถามถนัดของตนเองได้เต็มตามศักยภาพ ในด้านภาพยนตร์ดิจิทัล

### โครงสร้างหลักสูตร

- ระยะเวลาศึกษาตลอดหลักสูตร 4 ปี
  - จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร 126 หน่วยกิต
- หมวดวิชาศึกษาทั่วไป 30 หน่วยกิต
- หมวดวิชาศึกษาทั่วไปแบ่งโครงสร้างหลักสูตรออกเป็น 8 กลุ่มวิชา ดังนี้
- |  |    |          |          |
|--|----|----------|----------|
| กลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 จำนวนหน่วยกิตรวม      | 15 | หน่วยกิต | แบ่งเป็น |
| กลุ่มที่ 1 อัตลักษณ์มหาวิทยาลัย (RSU Identity) | 3  | หน่วยกิต |          |
| กลุ่มที่ 2 ความเป็นสากลและการสื่อสาร           |    |          |          |
| (Internationalization and Communication)       | 12 | หน่วยกิต |          |
- โดยกลุ่มที่ 2 แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มวิชาดังนี้
- |   |   |          |  |
|---|---|----------|--|
| กลุ่มที่ 2.1 ภาษาอังกฤษ (English Language)            | 6 | หน่วยกิต |  |
| กลุ่มที่ 2.2 ภาษานานาชาติและประสบการณ์ระหว่างประเทศ   | 6 | หน่วยกิต |  |
| (International Language and International Experience) |   |          |  |
- กลุ่มที่ 3 ถึงกลุ่มที่ 8 จำนวนหน่วยกิตรวม 15 หน่วยกิต
- นักศึกษาสามารถเลือกเรียนรายวิชาในกลุ่มที่ 3 ถึงกลุ่มที่ 8 โดยในแต่ละกลุ่มจะเลือกวิชาได้ไม่เกิน 3 หน่วยกิต รวมแล้วไม่น้อยกว่า 15 หน่วยกิต

กลุ่มที่ 3 ภาวะผู้นำและความรับผิดชอบต่อสังคม (Leadership and Social Responsibility)

กลุ่มที่ 4 ศิลปะและวัฒนธรรม (Arts and Culture)

กลุ่มที่ 5 ผู้ประกอบการนวัตกรรม (Innovative Entrepreneurship)

กลุ่มที่ 6 รู้เท่าทันสื่อดิจิทัล (Digital Media Literacy)

กลุ่มที่ 7 หลักคิดวิทยาศาสตร์ (Essence of Science)

กลุ่มที่ 8 อาร์เอสยู มาย-สไตล์ (RSU My-Style)

หมวดวิชาเฉพาะ	90	หน่วยกิต
กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ	36	หน่วยกิต
กลุ่มวิชาชีพ	54	หน่วยกิต
ก. วิชาชีพ-บังคับ	39	หน่วยกิต
ข. วิชาชีพ-เลือก	15	หน่วยกิต
หมวดวิชาเสรี ไม่น้อยกว่า	6	หน่วยกิต

## แนวทางประกอบอาชีพ

ผู้ที่สำเร็จการศึกษาหลักสูตรสาขาวิชาการภาพยนตร์และวีดิทัศน์จะมีองค์ความรู้ทั้งวิชาการและวิชาชีพที่สามารถนำไปประกอบอาชีพ ดังนี้

1. ผู้ผลิตภาพยนตร์ดิจิทัล
2. ผู้ผลิตละครโทรทัศน์
3. ผู้กำกับภาพยนตร์ดิจิทัล
4. ผู้ช่วยผู้กำกับภาพยนตร์ดิจิทัล
5. ช่างภาพนิ่ง
6. ช่างถ่ายภาพภาพยนตร์ดิจิทัล
7. ผู้บันทึกเสียงภาพยนตร์ดิจิทัล
8. ผู้ตัดต่อภาพยนตร์ดิจิทัล
9. ผู้เขียนบทภาพยนตร์
10. ผู้เขียนบทละครโทรทัศน์
11. ผู้กำกับภาพยนตร์โฆษณา
12. ผู้ควบคุมการผลิตภาพยนตร์ดิจิทัล
13. ผู้ควบคุมเทคนิคการแก้ไขสีภาพยนตร์ดิจิทัล
14. ผู้ประกอบการผลิตภาพยนตร์ดิจิทัล



## สาขาวิชาการภาพยนตร์ดิจิทัล

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 1

#### ภาคการศึกษาฤดูร้อน

RSU 111	Social Dharmacracy	2(2-0-4)
ENL XXX	English Language (1)	3(2-2-5)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (1)	3(x-x-x)

**Total 8 Credit**

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM 111	Principles and Theories of Communication	3(3-0-6)
COM 116	Language in Communication Arts	3(2-2-5)
COM 223	Creative Digital Photography for Communication	3(2-2-5)
DFM 111	Introduction to Film	3(3-0-6)
ENL XXX	English Language (2)	3(2-2-5)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (2)	3(x-x-x)
RSU 112	Sports for health	1(0-2-1)

**Total 19 Credits**

#### ภาคการศึกษาที่ 2

COM 117	Speech and Personality Development	3(2-2-5)
COM 211	Communication Ethics and Law	3(3-0-6)
DFM 131	Basic Acting for Film	3(1-4-4)
DFM 132	Lighting Techniques for Digital Film	3(1-4-4)
ENL XXX	English Language (3)	3(2-2-5)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (3)	3(x-x-x)

**Total 18 Credits**

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 2

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM 217	Psychology of Communication	3(3-0-6)
COM 227	Intercultural Communication	3(2-2-5)
DFM 223	Introduction to Script Writing for Film	3(3-0-6)
DFM 232	Film Production for Television	3(1-4-4)
DFM 321	Film Production Planning	3(3-0-6)
ENL XXX	English Language (4)	3(2-2-5)

**Total 18 Credits**

#### ภาคการศึกษาที่ 2

COM 228	Audience Analysis in Digital Era	3(3-0-6)
COM 230	Creative Thinking for Communication Arts	3(2-2-5)
DFM 233	Digital Film Production I	3(1-4-4)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (4)	3(x-x-x)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (5)	3(x-x-x)
XXX.....	Professional Elective (1)	3(x-x-x)

**Total 18 Credits**

## สาขาวิชาการภาพยนตร์ดิจิทัล

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 3

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM 231	Creation of Contents for Digital Media	3(2-2-5)
COM 317	Introduction to Research for Communication Arts	3(3-0-6)
DFM 322	Film Criticism	3(3-0-6)
DFM 335	Digital Film Directing	3(1-4-4)
XXX.....	Professional Elective (2)	3(x-x-x)
XXX.....	Professional Elective (3)	3(x-x-x)

Total 18 Credits

#### ภาคการศึกษาที่ 2

COM 349	Communication Entrepreneurs	3(3-0-6)
DFM 334	Digital Film Editing	3(1-4-4)
DFM 436	Audio for Digital Film	3(1-4-4)
XXX.....	Professional Elective (4)	3(x-x-x)
XXX.....	Professional Elective (5)	3(x-x-x)

Total 15 Credits

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 4

#### ภาคการศึกษาฤดูร้อน

DFM 489	Internship	1(0-40-20)
Total		1 Credits

#### ภาคการศึกษาที่ 1

XXX.....	Free Elective (1)	3(x-x-x)
XXX.....	Free Elective (2)	3(x-x-x)
Total		6 Credits

#### ภาคการศึกษาที่ 2

DFM 492	Senior Project	5(0-10-5)
Total		5 Credits

## แผนสภกกิจการศึกษา

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 1

#### ภาคการศึกษาฤดูร้อน

RSU 111	Social Dharmacracy	2(2-0-4)
ENL XXX	English Language (1)	3(2-2-5)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (1)	3(x-x-x)

**Total 8 Credit**

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM 111	Principles and Theories of Communication	3(3-0-6)
COM 116	Language in Communication Arts	3(2-2-5)
COM 223	Creative Digital Photography for Communication	3(2-2-5)
DFM 111	Introduction to Film	3(3-0-6)
ENL XXX	English Language (2)	3(2-2-5)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (2)	3(x-x-x)
RSU 112	Sports for health	1(0-2-1)

**Total 19 Credits**

#### ภาคการศึกษาที่ 2

COM 117	Speech and Personality Development	3(2-2-5)
COM 211	Communication Ethics and Law	3(3-0-6)
DFM 131	Basic Acting for Film	3(1-4-4)
DFM 132	Lighting Techniques for Digital Film	3(1-4-4)
ENL XXX	English Language (3)	3(2-2-5)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (3)	3(x-x-x)

**Total 18 Credits**

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 2

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM 217	Psychology of Communication	3(3-0-6)
COM 227	Intercultural Communication	3(2-2-5)
DFM 223	Introduction to Script Writing for Film	3(3-0-6)
DFM 232	Film Production for Television	3(1-4-4)
DFM 321	Film Production Planning	3(3-0-6)
ENL XXX	English Language (4)	3(2-2-5)

**Total 18 Credits**

#### ภาคการศึกษาที่ 2

COM 228	Audience Analysis in Digital Era	3(3-0-6)
COM 230	Creative Thinking for Communication Arts	3(2-2-5)
DFM 233	Digital Film Production I	3(1-4-4)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (4)	3(x-x-x)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (5)	3(x-x-x)
XXX.....	Professional Elective (1)	3(x-x-x)

**Total 18 Credits**

## แผนสหกิจการศึกษา

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 3

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM 231	Creation of Contents for Digital Media	3(2-2-5)
COM 317	Introduction to Research for Communication Arts	3(3-0-6)
DFM 322	Film Criticism	3(3-0-6)
DFM 335	Digital Film Directing	3(1-4-4)
XXX.....	Professional Elective (2)	3(x-x-x)
XXX.....	Professional Elective (3)	3(x-x-x)

Total 18 Credits

#### ภาคการศึกษาที่ 2

COM 349	Communication Entrepreneurs	3(3-0-6)
DFM 334	Digital Film Editing	3(1-4-4)
DFM 436	Audio for Digital Film	3(1-4-4)
XXX.....	Professional Elective (4)	3(x-x-x)
XXX.....	Professional Elective (5)	3(x-x-x)

Total 15 Credits

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 4

#### ภาคการศึกษาที่ 1

XXX.....	Free Elective (1)	3(x-x-x)
XXX.....	Free Elective (2)	3(x-x-x)

Total 6 Credits

#### ภาคการศึกษาที่ 2

DFM 493	Cooperative Education	6(0-40-20)
---------	-----------------------	------------

Total 6 Credits

## สาขาวิชาสื่อสารการแสดง Performing Arts Communication

ชื่อปริญญา	: นิเทศศาสตรบัณฑิต (สื่อสารการแสดง)
	: Bachelor of Communication Arts (Performing Arts Communication)
	: นศ.บ. (สื่อสารการแสดง)
	: B.Com.Arts (Performing Arts Communication)

### ความสำคัญของหลักสูตร

หลักสูตรการสื่อสารการแสดงเป็นหลักสูตรที่ตอบสนองความต้องการบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการสร้างสรรค์งานสื่อสารการแสดงที่มีอยู่อย่างหลากหลาย เช่น ละครเวทีประเภทต่าง ๆ งานกิจกรรมพิเศษ (Event) รวมทั้งในสื่อประเภทต่าง ๆ ได้แก่ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ และอินเทอร์เน็ตซึ่งเป็นการตอบสนองความต้องการบุคลากรทั้งเบื้องหน้าและเบื้องหลัง เช่นเดียวกัน ได้แก่ นักแสดง นักเขียนบท ผู้กำกับการแสดง ผู้อำนวยการแสดง ผู้ช่วยผู้กำกับการแสดง ผู้ฝึกสอนการแสดง ครีเอทีฟ ผู้ประสานงาน ผู้กำกับเวที ผู้กำกับรายการ ผู้จัดงานอีเวนต์ ที่มาจากฝ่ายต่าง ๆ เป็นต้น

หลักสูตรสาขาวิชาสื่อสารการแสดงมีการเรียนการสอนที่ทำให้ผู้สำเร็จการศึกษามีองค์ความรู้ทั้งวิชาการและวิชาชีพที่สามารถนำไปประกอบอาชีพได้ ทั้งโดยตรงและการประยุกต์ในหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การสื่อสารการแสดงของภาครัฐและเอกชนขึ้นอยู่กับความสนใจและความสามารถเชิงทักษะวิชาชีพของแต่ละบุคคล รวมทั้งยังสามารถศึกษาต่อในระดับปริญญาที่สูงขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศในสาขาวิชาสื่อสารการแสดง ศิลปะการแสดง ศิลปะการละครและสาขาอื่นที่เกี่ยวข้องได้อีกด้วย

### วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1. เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ความสามารถในศิลปะและวิทยาการด้านการสื่อสารการแสดง เข้าใจและสามารถใช้สื่อชนิดต่าง ๆ เพื่อสร้างสรรค์งานแสดงได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. เพื่อผลิตบัณฑิตที่สามารถประยุกต์ความรู้ ความสามารถ ทักษะที่มีให้เข้ากับการทำงานในพื้นที่สื่อประเภทต่าง ๆ และมีทักษะในการประสานความรู้ความสามารถกับผู้อื่น
3. เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีบุคลิกภาพใฝ่รู้และสร้างสรรค์ นักคิด นักปฏิบัติ และผู้ประกอบการ ที่ทำงานได้อย่างหลากหลายด้วยความอุตสาหะและมีอุดมการณ์ในการทำงานเพื่อสังคมด้วยความรับผิดชอบ มีความรู้พื้นฐานที่สามารถศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น ทั้งในสาขาวิชาชีพและสาขาอื่น ๆ

## โครงสร้างหลักสูตร

- ระยะเวลาศึกษาตลอดหลักสูตร 4 ปี

- จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร 126 หน่วยกิต

**หมวดวิชาศึกษาทั่วไป 30 หน่วยกิต**

หมวดวิชาศึกษาทั่วไปแบ่งโครงสร้างหลักสูตรออกเป็น 8 กลุ่มวิชา ดังนี้

กลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 จำนวนหน่วยกิตรวม 15 หน่วยกิต แบ่งเป็น

กลุ่มที่ 1 อัตลักษณ์มหาวิทยาลัย (RSU Identity) 3 หน่วยกิต

กลุ่มที่ 2 ความเป็นสากลและการสื่อสาร

(Internationalization and Communication) 12 หน่วยกิต

โดยกลุ่มที่ 2 แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มวิชาดังนี้

กลุ่มที่ 2.1 ภาษาอังกฤษ (English Language) 6 หน่วยกิต

กลุ่มที่ 2.2 ภาษานานาชาติและประสบการณ์ระหว่างประเทศ 6 หน่วยกิต

(International Language and International Experience)

กลุ่มที่ 3 ถึงกลุ่มที่ 8 จำนวนหน่วยกิตรวม 15 หน่วยกิต

นักศึกษาสามารถเลือกเรียนรายวิชาในกลุ่มที่ 3 ถึงกลุ่มที่ 8 โดยในแต่ละกลุ่มจะเลือกวิชาได้ไม่เกิน 3 หน่วยกิต รวมแล้วไม่น้อยกว่า 15 หน่วยกิต

กลุ่มที่ 3 ภาวะผู้นำและความรับผิดชอบต่อสังคม (Leadership and Social Responsibility)

กลุ่มที่ 4 ศิลปะและวัฒนธรรม (Arts and Culture)

กลุ่มที่ 5 ผู้ประกอบการนวัตกรรม Innovative Entrepreneurship)

กลุ่มที่ 6 รู้เท่าทันสื่อดิจิทัล (Digital Media Literacy)

กลุ่มที่ 7 หลักคิดวิทยาศาสตร์ (Essence of Science)

กลุ่มที่ 8 อาร์เอสยู มาย-สไตล์ (RSU My-Style)

**หมวดวิชาเฉพาะ 90 หน่วยกิต**

กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ 36 หน่วยกิต

**กลุ่มวิชาชีพ 54 หน่วยกิต**

ก. วิชาชีพ-บังคับ 39 หน่วยกิต

ข. วิชาชีพ-เลือก 15 หน่วยกิต

**หมวดวิชาเสรี ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต**

## แนวทางการประกอบอาชีพ

1. นักแสดง
2. นักเขียนบทการแสดงต่าง ๆ
3. พิธีกรและผู้ดำเนินรายการ
4. ผู้ฝึกสอนการแสดง
5. ผู้กำกับการแสดง
6. ผู้ประสานงานองค์กรการแสดง
7. ครีเอทีฟงานสื่อสารการแสดง
8. ผู้ประกอบการงานสื่อสารการแสดงงานอีเวนต์
9. ผู้ประกอบการงานสื่อสารการแสดงงานสื่อออนไลน์

## แผนการศึกษาสาขาวิชาสื่อสารการแสดง

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 1

#### ภาคการศึกษาฤดูร้อน

RSU 111 Social Dharmacracy	2(2-0-4)
ENL XXX English Language (1)	3(2-2-5)
RSU XXX Group 3 - Group 8 (1)	3(x-x-x)

Total 8 Credit

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM 111 Principles and Theories of Communication	3(3-0-6)
COM 116 Language in Communication Arts	3(2-2-5)
COM 117 Speech and Personality Development	3(2-2-5)
ENL XXX English Language (2)	3(2-2-5)
RSU 112 Sports for health	1(0-2-1)
XXX... Professional Elective (1)	3(X-X-X)
XXX... Professional Elective (2)	3(X-X-X)

Total 19 Credit

#### ภาคการศึกษาที่ 2

COM 211 Communication Ethics and Law	3(3-0-6)
COM 223 Creative Digital Photography for Communication	3(2-2-5)
PAC 224 Lighting Techniques	3(1-4-4)
PAC 231 Miscellaneous Performing Arts Communication	3(1-4-4)
XXX... Professional Elective (3)	3(X-X-X)
ENL XXX English Language (3)	3(2-2-5)
RSU XXX Group 3 - Group 8 (2)	3(x-x-x)

Total 21 Credit

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 2

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM 217 Psychology of Communication	3(3-0-6)
PAC 222 Make-up Techniques and Costume Design	3(2-2-5)
PAC 232 Acting Technique for Digital Media	3(1-4-4)
XXX... Professional Elective (4)	3(X-X-X)
ENL XXX English Language (4)	3(2-2-5)
RSU XXX Group 3 - Group 8 (3)	3(x-x-x)

Total 18 Credit

#### ภาคการศึกษาที่ 2

COM 231 Creation of Contents for Digital Media	3(2-2-5)
COM 228 Audience Analysis in Digital Era	3(3-0-6)
PAC 233 Television and Film Performing Arts	3(1-4-4)
PAC 324 Scriptwriting for Performing Arts Communication	3(1-4-4)
XXX... Professional Elective (5)	3(X-X-X)
RSU XXX Group 3 - Group 8 (4)	3(x-x-x)

Total 18 Credit



### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 3

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM 227	Intercultural Communication	3(2-2-5)
PAC 225	Fundamental of Directing	3(1-4-4)
PAC 311	Performing Arts Communication Management	3(2-2-5)
XXX...	Free Elective (1)	3(X-X-X)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (5)	3(x-x-x)
		<b>Total 15 Credit</b>

#### ภาคการศึกษาที่ 2

COM 317	Introduction to Research for Communication Arts	3(3-0-6)
PAC 313	Event Performing Arts Communication 1	3(2-2-5)
PAC 337	Identity Communication on Online Media	3(1-4-4)
XXX...	Free Elective (2)	3(X-X-X)
		<b>Total 12 Credit</b>

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 4

#### ภาคการศึกษาฤดูร้อน

PAC 489	Internship	1(0-40-20)
		<b>Total 1 Credit</b>

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM 349	Communication Entrepreneurs	3(3-0-6)
PAC 428	Event Performing Arts Communication 2	3(1-4-4)
		<b>Total 6 Credit</b>

#### ภาคการศึกษาที่ 2

PAC 492	Senior Project	5(0-10-5)
		<b>Total 5 Credit</b>

## แผนสภกิจการศึกษา

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 1

#### ภาคการศึกษาฤดูร้อน

RSU 111	Social Dharmacracy	2(2-0-4)
ENL XXX	English Language (1)	3(2-2-5)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (1)	3(x-x-x)

**Total 8 Credit**

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM 111	Principles and Theories of Communication	3(3-0-6)
COM 116	Language in Communication Arts	3(2-2-5)
COM 117	Speech and Personality Development	3(2-2-5)
ENL XXX	English Language (2)	3(2-2-5)
RSU 112	Sports for health	1(0-2-1)
XXX...	Professional Elective (1)	3(X-X-X)
XXX...	Professional Elective (2)	3(X-X-X)

**Total 19 Credit**

#### ภาคการศึกษาที่ 2

COM 211	Communication Ethics and Law	3(3-0-6)
COM 223	Creative Digital Photography for Communication	3(2-2-5)
PAC 224	Lighting Techniques	3(1-4-4)
PAC 231	Miscellaneous Performing Arts Communication	3(1-4-4)
XXX...	Professional Elective (3)	3(X-X-X)
ENL XXX	English Language (3)	3(2-2-5)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (2)	3(x-x-x)

**Total 21 Credit**

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 2

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM 217	Psychology of Communication	3(3-0-6)
PAC 222	Make-up Techniques and Costume Design	3(2-2-5)
PAC 232	Acting Technique for Digital Media	3(1-4-4)
XXX...	Professional Elective (4)	3(X-X-X)
ENL XXX	English Language (4)	3(2-2-5)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (3)	3(x-x-x)

**Total 18 Credit**

#### ภาคการศึกษาที่ 2

COM 231	Creation of Contents for Digital Media	3(2-2-5)
COM 228	Audience Analysis in Digital Era	3(3-0-6)
PAC 233	Television and Film Performing Arts	3(1-4-4)
PAC 324	Scriptwriting for Performing Arts Communication	3(1-4-4)
XXX...	Professional Elective (5)	3(X-X-X)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (4)	3(x-x-x)

**Total 18 Credit**

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 3

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM 227	Intercultural Communication	3(2-2-5)
PAC 225	Fundamental of Directing	3(1-4-4)
PAC 311	Performing Arts Communication Management	3(2-2-5)
XXX...	Free Elective (1)	3(X-X-X)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (5)	3(x-x-x)

**Total 15 Credit**

#### ภาคการศึกษาที่ 2

COM 317	Introduction to Research for Communication Arts	3(3-0-6)
PAC 313	Event Performing Arts Communication 1	3(2-2-5)
PAC 337	Identity Communication on Online Media	3(1-4-4)
XXX...	Free Elective (2)	3(X-X-X)

**Total 12 Credit**

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 4

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM 349	Communication Entrepreneurs	3(3-0-6)
PAC 428	Event Performing Arts Communication 2	3(1-4-4)
		<b>Total 6 Credit</b>

#### ภาคการศึกษาที่ 2

PAC 493	Cooperative Education	6(0-40-20)
		<b>Total 6 Credit</b>

## สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัลและแบรนด์ดิ้ง Digital Marketing Communication and Branding

**ชื่อปริญญา** นิเทศศาสตรบัณฑิต (สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัลและแบรนด์ดิ้ง)  
Bachelor of Communication Arts (Digital Marketing Communication and Branding)  
นศ.บ. (สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัลและแบรนด์ดิ้ง)  
B.Com.Arts (Digital Marketing Communication and Branding)

### ปรัชญา

หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัลและแบรนด์ดิ้ง เป็นหลักสูตรที่เปิดทำการเรียนการสอนเพื่อสนองตอบความต้องการทางด้านความรู้ทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัลและแบรนด์ดิ้ง ที่สอดคล้องไปตามการเปลี่ยนแปลงของสังคม เทคโนโลยี และความต้องการของตลาดแรงงาน โดยเน้นที่การผลิตบัณฑิตที่มีความสามารถในการสื่อสารการตลาดด้วยเครื่องมือการสื่อสารแบบผสมผสาน และการสร้างสรรค์แบรนด์ที่ช่วยเพิ่มคุณค่าและมูลค่าให้กับธุรกิจและอุตสาหกรรม โดยการบูรณาการความรู้และทักษะสู่การปฏิบัติงานจริง พร้อมทั้งมีคุณธรรมจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม ภายใต้คตพิพจน์ที่ว่า

“สร้างนักสื่อสารการตลาด ที่รู้จริงในหลักการ เชี่ยวชาญในการปฏิบัติ ที่สามารถสร้างสรรค์และบูรณาการนวัตกรรมการสื่อสารการตลาด ในการสร้างและสื่อสารคุณค่าแบรนด์ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน”

### ความสำคัญ

ด้วยการพัฒนาทางเทคโนโลยีการผลิตส่งผลให้สินค้าหรือบริการต่างๆ มีคุณภาพที่ยอดเยียมจนแทบไม่มีความแตกต่างกันอย่างเด่นชัด ประกอบกับการค้ามีความเป็นเสรีมากขึ้นแบรนด์จากต่างประเทศก็จะสามารถรุกเข้ามาทำตลาดได้ง่าย การมุ่งต่อเติมคุณภาพสินค้าหรือบริการอาจไม่เพียงพอที่จะสร้างความสำเร็จที่ยั่งยืนในการแข่งขันทางธุรกิจได้ ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจรวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องจึงจำเป็นที่จะต้องมีการตั้งรับและการเตรียมความพร้อมที่ดี โดยสิ่งหนึ่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจไทยต้องตระหนักถึง คือ การสร้างความแตกต่างทั้งในแง่คุณภาพและภาพลักษณ์ให้กับสินค้าและบริการให้มีเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง ดังนั้น การศึกษาและเรียนรู้เรื่องการสร้างและสื่อสารแบรนด์ให้เข้าใจผู้บริโภคได้อย่างตรงจุดจึงเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อให้แบรนด์โดดเด่นเป็นที่ยอมรับและเชื่อมั่นในมุมมองของผู้บริโภคท่ามกลางสินค้าและบริการมากมาย

ในยุคปัจจุบันซึ่งเป็นยุคแห่งการค้าเสรีที่ผู้บริโภคมีทางเลือกมากมาย ทั้งจากการสื่อสารที่รวดเร็ว รวมถึงจำนวนข้อมูลข่าวสารที่ท่วมท้นเป็นอภิมหาข้อมูล (Bigdata) การสร้างแบรนด์และสื่อสารแบรนด์จึงมีความสำคัญมากต่อการดำเนินธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจในระดับใดทำให้มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการและผู้ที่มีความเกี่ยวข้องจะต้องเรียนรู้ที่จะสร้างความแตกต่างของแบรนด์ให้โดดเด่นเหนือ คู่แข่งขันทางธุรกิจ

ดังนั้น การสร้างแบรนด์ให้มีชื่อเสียงและมีความเป็นเอกลักษณ์ในตนเองจึงเป็นสิ่งสำคัญ หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัลและแบรนด์ดีจึงเป็นหลักสูตรสำคัญที่มุ่งผลิตบัณฑิตให้เป็นผู้ริเริ่มพัฒนาและสร้างสรรค์แบรนด์ สามารถประยุกต์ใช้นวัตกรรมการสื่อสารใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นเพื่อสร้างประสิทธิภาพในการสื่อสารแบรนด์ ตลอดจนเป็นผู้มีความสามารถในการสร้างการตลาดเชิงสร้างสรรค์ที่สามารถสื่อสารคุณค่าตราสินค้าไปผูกใจผู้คนได้

### วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1. เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ และทักษะในคันคว้า วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำไปสู่การสร้างสรรค์สื่อและเนื้อหาการสื่อสารการตลาดเพื่อสร้างและสื่อสารคุณค่าแบรนด์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความรอบรู้ มีทักษะ และสามารถปฏิบัติงานได้จริง ในการวางแผนกลยุทธ์และการประเมินการสื่อสารการตลาดดิจิทัลและแบรนด์ดีสำหรับธุรกิจและอุตสาหกรรมที่หลากหลาย
3. เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีคุณธรรมและความสำนึกทางสังคมให้เป็นนักสื่อสารการตลาดดิจิทัล และ แบรนด์ดีที่ดีที่สามารถสร้างสรรค์สิ่งที่ดีให้แก่สังคม

### โครงสร้างหลักสูตร

- ระยะเวลาศึกษาตลอดหลักสูตร 4 ปี
  - จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร 126 หน่วยกิต
  - หมวดวิชาศึกษาทั่วไป 30 หน่วยกิต
- หมวดวิชาศึกษาทั่วไปแบ่งโครงสร้างหลักสูตรออกเป็น 8 กลุ่มวิชา ดังนี้
- |   |    |          |          |
|---|----|----------|----------|
| กลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 จำนวนหน่วยกิตรวม                                     | 15 | หน่วยกิต | แบ่งเป็น |
| กลุ่มที่ 1 อัตลักษณ์มหาวิทยาลัย (RSU Identity)                                | 3  | หน่วยกิต |          |
| กลุ่มที่ 2 ความเป็นสากลและการสื่อสาร (Internationalization and Communication) | 12 | หน่วยกิต |          |
- โดยกลุ่มที่ 2 แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มวิชาดังนี้
- |   |   |          |  |
|---|---|----------|--|
| กลุ่มที่ 2.1 ภาษาอังกฤษ (English Language)  | 6 | หน่วยกิต |  |
| กลุ่มที่ 2.2 ภาษานานาชาติและประสบการณ์ระหว่างประเทศ (International Language and International Experience) | 6 | หน่วยกิต |  |
- กลุ่มที่ 3 ถึงกลุ่มที่ 8 จำนวนหน่วยกิตรวม 15 หน่วยกิต
- นักศึกษาสามารถเลือกเรียนรายวิชาในกลุ่มที่ 3 ถึงกลุ่มที่ 8 โดยในแต่ละกลุ่มจะเลือกวิชาได้ไม่เกิน 3 หน่วยกิต รวมแล้วไม่น้อยกว่า 15 หน่วยกิต
- กลุ่มที่ 3 ภาวะผู้นำและความรับผิดชอบต่อสังคม (Leadership and Social Responsibility)

กลุ่มที่ 4 ศิลปะและวัฒนธรรม (Arts and Culture)		
กลุ่มที่ 5 ผู้ประกอบการนวัตกรรม (Innovative Entrepreneurship)		
กลุ่มที่ 6 รู้เท่าทันสื่อดิจิทัล (Digital Media Literacy)		
กลุ่มที่ 7 หลักคิดวิทยาศาสตร์ (Essence of Science)		
กลุ่มที่ 8 อาร์เอสยู มาย-สไตล์ (RSU My-Style)		
<b>หมวดวิชาเฉพาะ</b>	<b>90</b>	<b>หน่วยกิต</b>
กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ	36	หน่วยกิต
กลุ่มวิชาชีพ	54	หน่วยกิต
ก. วิชาชีพ-บังคับ	39	หน่วยกิต
ข. วิชาชีพ-เลือก	15	หน่วยกิต
<b>หมวดวิชาเสรี ไม่น้อยกว่า</b>	<b>6</b>	<b>หน่วยกิต</b>

### แนวทางประกอบอาชีพ

1. เจ้าของกิจการด้านการสื่อสารการตลาดและการสร้างแบรนด์
2. บุคลากรด้านการสื่อสารการตลาดในองค์กรต่างๆ
3. บุคลากรด้านการพัฒนาแบรนด์ใหม่
4. บุคลากรด้านการบริหารแบรนด์และการสื่อสารแบรนด์
5. บุคลากรด้านการวิเคราะห์ข้อมูลการตลาดเพื่อวางแผนและประเมินผลการสื่อสารการตลาด

## แผนการศึกษาสาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัลและแบรนด์ดิ้ง

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 1

#### ภาคการศึกษาฤดูร้อน

RSU 111	Social Dharmacracy	2(2-0-4)
ENL XXX	English Language (1)	3(2-2-5)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (1)	3(x-x-x)

**Total 8 Credit**

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM 111	Principles and Theories of Communication	3(3-0-6)
COM 116	Language in Communication Arts	3(2-2-5)
IMC 112	Introduction to Branding and Brand Communication	3(3-0-6)
XXX xxx	Professional Elective (1)	3(x-x-x)
ENL XXX	English Language (2)	3(2-2-5)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (2)	3(x-x-x)
RSU 112	Sports for health	1(x-x-x)

**Total 19 Credit**

#### ภาคการศึกษาที่ 2

COM 117	Speech and Personality Development	3(2-2-5)
COM 217	Psychology of Communication	3(3-0-6)
COM 223	Creative Digital Photography for Communication	3(2-2-5)
IMC 215	Relationship Branding Communication	3(3-0-6)
XXX xxx	Professional Elective (2)	3(x-x-x)
XXX xxx	English Language (3)	3(x-x-x)

**Total 18 Credit**

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 2

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM 228	Audience Analysis in Digital Era	3(3-0-6)
COM 317	Introduction to Research for Communication Arts	3(3-0-6)
IMC 214	Digital Marketing Communication Planning and Strategic Branding	3(3-0-6)
XXX xxx	English Language (4)	3(x-x-x)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (3)	3(x-x-x)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (4)	3(x-x-x)

**Total 18 Credit**

#### ภาคการศึกษาที่ 2

COM 230	Creative Thinking for Communication Arts	3(2-2-5)
COM 231	Creation of Contents for Digital Media	3(2-2-5)
IMC 213	Brand and Digital Marketing Introduction to Research for Communication Arts	3(3-0-6)
IMC 220	Creative Brand Storytelling	3(3-0-6)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (5)	3(x-x-x)

**Total 15 Credit**

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 3

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM 211	Communication Ethics and Law	3(3-0-6)
COM 227	Intercultural Communication	3(2-2-5)
COM 231	Creation of Contents for Digital Media	3(2-2-5)
IMC 310	Marketing Analysis for Digital Marketing Communication	3(3-0-6)
IMC 316	Creativity for Branding Profession	3(3-0-6)

Total 15 Credit

#### ภาคการศึกษาที่ 2

COM 349	Communication Entrepreneurs	3(3-0-6)
IMC 219	Digital Brand Experience Communication	3(2-2-5)
IMC 316	Brand Identity Creation	3(3-0-6)
XXX xxx	Professional Elective (3)	3(x-x-x)
XXX xxx	Professional Elective (4)	3(x-x-x)

Total 15 Credit

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 4

#### ภาคการศึกษาฤดูร้อน

IMC 489	Internship	1(0-40-20)
---------	------------	------------

Total 1 Credits

#### ภาคการศึกษาที่ 1

IMC 317	Social Marketing Communication	3(3-0-6)
IMC 490	Marketing Communications Careers Simulation and Career Track	3(2-2-5)
XXX xxx	Professional Elective (4)	3(x-x-x)
XXX xxx	Free Elective (1)	3(x-x-x)
XXX xxx	Free Elective (2)	3(x-x-x)

Total 15 Credit

#### ภาคการศึกษาที่ 2

IMC 492	Senior Project	5(0-10-5)
---------	----------------	-----------

Total 5 Credit



## แผนสภกิจการศึกษา

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 1

#### ภาคการศึกษาฤดูร้อน

RSU 111 Social Dharmacracy	2(2-0-4)
ENL XXX English Language (1)	3(2-2-5)
RSU XXX Group 3 - Group 8 (1)	3(x-x-x)

**Total 8 Credit**

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM 111 Principles and Theories of Communication	3(3-0-6)
--	----------

COM 116 Language in Communication Arts	3(2-2-5)
--	----------

IMC 112 Introduction to Branding and Brand Communication	3(3-0-6)
--	----------

XXX xxx Professional Elective (1)	3(x-x-x)
-----------------------------------	----------

ENL XXX English Language (2)	3(2-2-5)
------------------------------	----------

RSU XXX Group 3 - Group 8 (2)	3(x-x-x)
-------------------------------	----------

RSU 112 Sports for health	1(x-x-x)
---------------------------	----------

**Total 19 Credit**

#### ภาคการศึกษาที่ 2

COM 117 Speech and Personality Development	3(2-2-5)
--	----------

COM 217 Psychology of Communication	3(3-0-6)
-------------------------------------	----------

COM 223 Creative Digital Photography for Communication	3(2-2-5)
--	----------

IMC 215 Relationship Branding Communication	3(3-0-6)
---	----------

XXX xxx Professional Elective (2)	3(x-x-x)
-----------------------------------	----------

XXX xxx English Language (3)	3(x-x-x)
------------------------------	----------

**Total 18 Credit**

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 2

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM 228 Audience Analysis in Digital Era	3(3-0-6)
--	----------

COM 317 Introduction to Research for Communication Arts	3(3-0-6)
---	----------

IMC 214 Digital Marketing Communication Planning and Strategic Branding	3(3-0-6)
---	----------

XXX xxx English Language (4)	3(x-x-x)
------------------------------	----------

RSU XXX Group 3 - Group 8 (3)	3(x-x-x)
-------------------------------	----------

RSU XXX Group 3 - Group 8 (4)	3(x-x-x)
-------------------------------	----------

**Total 18 Credit**

#### ภาคการศึกษาที่ 2

COM 230 Creative Thinking for Communication Arts	3(2-2-5)
--	----------

COM 231 Creation of Contents for Digital Media	3(2-2-5)
--	----------

IMC 213 Brand and Digital Marketing Introduction to Research for Communication Arts	3(3-0-6)
---	----------

IMC 220 Creative Brand Storytelling	3(3-0-6)
-------------------------------------	----------

RSU XXX Group 3 - Group 8 (5)	3(x-x-x)
-------------------------------	----------

**Total 15 Credit**

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 3

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM 211	Communication Ethics and Law	3(3-0-6)
COM 227	Intercultural Communication	3(2-2-5)
COM 231	Creation of Contents for Digital Media	3(2-2-5)
IMC 310	Marketing Analysis for Digital Marketing Communication	3(3-0-6)
IMC 316	Creativity for Branding Profession	3(3-0-6)

Total 15 Credit

#### ภาคการศึกษาที่ 2

COM 349	Communication Entrepreneurs	3(3-0-6)
IMC 219	Digital Brand Experience Communication	3(2-2-5)
IMC 316	Brand Identity Creation	3(3-0-6)
XXX xxx	Professional Elective (3)	3(x-x-x)
XXX xxx	Professional Elective (4)	3(x-x-x)

Total 15 Credit

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 4

#### ภาคการศึกษาที่ 1

IMC 317	Social Marketing Communication	3(3-0-6)
IMC 490	Marketing Communications Careers Simulation and Career Track	3(2-2-5)
XXX xxx	Professional Elective (4)	3(x-x-x)
XXX xxx	Free Elective (1)	3(x-x-x)
XXX xxx	Free Elective (2)	3(x-x-x)

Total 15 Credit

#### ภาคการศึกษาที่ 2

IMC 493	Cooperative Education	6(0-40-20)
---------	-----------------------	------------

Total 6 Credit

## สาขาวิชามัลติมีเดีย

### Multimedia

ชื่อปริญญา	: นิเทศศาสตรบัณฑิต (มัลติมีเดีย)
	: Bachelor of Communication Arts (Multimedia)
	: นศ.บ. (มัลติมีเดีย)
	: B.Com.Arts (Multimedia)

### ปรัชญา

ปัจจุบันมัลติมีเดียเป็นเครื่องมือที่สำคัญของการสื่อสารมวลชนในยุคดิจิทัล ที่นักสื่อสารมวลชนนำมาใช้เพื่อสนับสนุนกลยุทธ์ และเป็นส่วนหนึ่งในแผนงานด้านการสื่อสารมวลชนในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ หรือบรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพในโลกของการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล มัลติมีเดียเป็นสื่อที่เกิดจากการผสมผสานระหว่างเทคโนโลยีการสื่อสารใหม่ๆ กับศาสตร์วิชาทางด้านนิเทศศาสตร์ ซึ่งปัจจุบันสถาบันการศึกษาต่างประเทศได้เปิดหลักสูตรการเรียนการสอนสาขามัลติมีเดียอย่างแพร่หลาย

สาขาวิชามัลติมีเดียออกแบบหลักสูตรที่เน้นให้ผู้เรียน เรียนรู้ในศาสตร์นิเทศศาสตร์เป็นแกนหลัก และนำความรู้ด้านศิลปะที่เกี่ยวข้องกับสุนทรียศาสตร์ รวมถึงความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสารใหม่ๆ มาหลอมรวม (Multi-discipline) ในการสร้างสรรค์ การออกแบบ และการผลิตสื่อมัลติมีเดีย เพื่อให้เกิดศักยภาพสูงสุดต่อการสื่อสาร

สาขาวิชามัลติมีเดีย มุ่งผลิตบัณฑิตที่เน้นให้ผู้เรียนมีความรู้ในทางวิชาการและทักษะวิชาชีพ โดยมีปรัชญาในการสร้างบัณฑิตให้เป็น “คนสร้างสรรค์ สรรสร้างสื่อ สื่อสารสัมพันธ์แห่งมวลมนุษย์” และพร้อมทั้งมุ่งพัฒนาศักยภาพให้เป็นไปตามคุณลักษณะของหลักสูตรที่กำหนดไว้ 4 ด้าน ได้แก่ 1) เป็นผู้สร้างสรรค์กลยุทธ์และรูปแบบการสื่อสารใหม่ๆ ที่เหมาะสมกับสภาพการณ์ของการสื่อสารในยุคปัจจุบัน 2) เป็นผู้มีความรู้ ความสามารถในการใช้มัลติมีเดียที่สนองต่อความต้องการของสถานการณ์ในปัจจุบันและสนองต่อความต้องการด้านวิชาชีพได้ 3) เป็นผู้มีความรู้และจริยธรรมในการประกอบอาชีพ มีเจตคติที่ดีต่อวิชาชีพและเป็นที่ยอมรับในวงการวิชาชีพของตนเอง และ 4) เป็นผู้ที่มีประยุกต์ความรู้ ทักษะประสบการณ์ นำไปใช้ในการสร้างสรรค์สื่อมัลติมีเดียในรูปแบบใหม่ๆ

ความสำคัญ

หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชามัลติมีเดีย เป็นหลักสูตรที่ตอบสนองความต้องการของบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการผสมผสานระหว่างเทคโนโลยีการสื่อสารใหม่ๆ กับศาสตร์วิชาการทางด้านนิเทศศาสตร์พร้อมทั้งการสร้างสรรค์และผลิตงานมัลติมีเดีย ที่สอดคล้องกับความต้องการเติบโตและการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในงานสื่อสารมวลชน องค์การสื่อสารมวลชนจึงจำเป็นต้องมีการปรับตัวอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลง ดังนั้นมัลติมีเดียจึงมีความสำคัญอย่างมากกับองค์กรสื่อสารมวลชน ในการนำไปวางแผนเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายด้วย

กลยุทธ์ทางการสื่อสารด้วยมัลติมีเดีย อันเป็นองค์ประกอบสำคัญอีกประการหนึ่งที่จะช่วยให้ธุรกิจการสื่อสารมวลชนมีศักยภาพมากยิ่งขึ้น

หลักสูตรนิเทศศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชามัลติมีเดียมีการเรียนการสอนที่ทำให้ผู้สำเร็จการศึกษา มีองค์ความรู้ทั้งวิชาการและทักษะวิชาชีพ ที่สามารถนำความรู้ไปประกอบอาชีพด้านการออกแบบและผลิตงานมัลติมีเดียทั้งภาครัฐและภาคเอกชนทุกแห่ง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสนใจและความสามารถเชิงทักษะวิชาชีพของผู้เรียนแต่ละคน รวมทั้งยังสามารถศึกษาต่อในระดับปริญญาที่สูงขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ ในสาขาวิชาสาขาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องได้อีกด้วย

### วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1. เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ ความสามารถทักษะในการสร้างสรรค์มัลติมีเดีย และการใช้มัลติมีเดียที่สนองต่อความต้องการของสถานการณ์ในปัจจุบันและสนองต่อความต้องการด้านวิชาชีพได้
2. เพื่อผลิตบัณฑิตเป็นผู้สร้างสรรค์กลยุทธ์และรูปแบบการสื่อสารใหม่ๆ ที่เหมาะสมกับสภาพของการสื่อสารมวลชนในยุคปัจจุบัน
3. เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีคุณธรรมและจริยธรรมในการประกอบอาชีพ มีเจตคติที่ดีต่อวิชาชีพ และเป็นที่ยอมรับในวงการวิชาชีพของตนเอง
4. เพื่อผลิตบัณฑิตเป็นผู้มีความรู้พื้นฐานที่สามารถศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้นทั้งในสาขาวิชาชีพมัลติมีเดียและสาขาอื่นๆ

### โครงสร้างหลักสูตร

- ระยะเวลาศึกษาตลอดหลักสูตร 4 ปี
  - จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร 126 หน่วยกิต
  - หมวดวิชาศึกษาทั่วไป 30 หน่วยกิต
- หมวดวิชาศึกษาทั่วไปแบ่งโครงสร้างหลักสูตรออกเป็น 8 กลุ่มวิชา ดังนี้
- |   |    |          |          |
|---|----|----------|----------|
| กลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 จำนวนหน่วยกิตรวม                                     | 15 | หน่วยกิต | แบ่งเป็น |
| กลุ่มที่ 1 อัตลักษณ์มหาวิทยาลัย (RSU Identity)                                | 3  | หน่วยกิต |          |
| กลุ่มที่ 2 ความเป็นสากลและการสื่อสาร (Internationalization and Communication) | 12 | หน่วยกิต |          |
- โดยกลุ่มที่ 2 แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มวิชาดังนี้
- |   |   |          |  |
|---|---|----------|--|
| กลุ่มที่ 2.1 ภาษาอังกฤษ (English Language)  | 6 | หน่วยกิต |  |
| กลุ่มที่ 2.2 ภาษานานาชาติและประสบการณ์ระหว่างประเทศ (International Language and International Experience) | 6 | หน่วยกิต |  |
- กลุ่มที่ 3 ถึงกลุ่มที่ 8 จำนวนหน่วยกิตรวม 15 หน่วยกิต

นักศึกษาสามารถเลือกเรียนรายวิชาในกลุ่มที่ 3 ถึงกลุ่มที่ 8 โดยในแต่ละกลุ่มจะเลือกวิชาได้ไม่เกิน 3 หน่วยกิต รวมแล้วไม่น้อยกว่า 15 หน่วยกิต

กลุ่มที่ 3 ภาวะผู้นำและความรับผิดชอบต่อสังคม (Leadership and Social Responsibility)

กลุ่มที่ 4 ศิลปะและวัฒนธรรม (Arts and Culture)

กลุ่มที่ 5 ผู้ประกอบการนวัตกรรม Innovative Entrepreneurship)

กลุ่มที่ 6 รู้เท่าทันสื่อดิจิทัล (Digital Media Literacy)

กลุ่มที่ 7 หลักคิดวิทยาศาสตร์ (Essence of Science)

กลุ่มที่ 8 อาร์เอสยู มาย-สไตล์ (RSU My-Style)

<b>หมวดวิชาเฉพาะ</b>	<b>90</b>	<b>หน่วยกิต</b>
กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ	36	หน่วยกิต
กลุ่มวิชาชีพ	54	หน่วยกิต
ก. วิชาชีพ-บังคับ	39	หน่วยกิต
ข. วิชาชีพ-เลือก	15	หน่วยกิต
<b>หมวดวิชาเสรี ไม่น้อยกว่า</b>	<b>6</b>	<b>หน่วยกิต</b>

## แนวทางประกอบอาชีพ

1. งานด้านเว็บไซต์
  - นักออกแบบเว็บไซต์
  - ผู้ดูแลและพัฒนาเว็บไซต์
2. งานด้านคอมพิวเตอร์กราฟิก
  - นักออกแบบงานกราฟิก
  - นักออกแบบภาพประกอบ
3. งานด้านสื่อมัลติมีเดีย
  - นักออกแบบและพัฒนาสื่อมัลติมีเดีย
  - นักออกแบบและผลิตสื่อปฏิสัมพันธ์
4. งานด้านสื่อสารมวลชน
  - นักตัดต่อวีดิทัศน์
  - นักสร้างภาพด้วยเทคนิคพิเศษ
  - นักควบคุมและบันทึกเสียง
  - นักออกแบบและผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ดิจิทัล
5. งานด้านการสร้างสรรค์แอนิเมชัน
  - นักออกแบบตัวละครแอนิเมชัน
  - นักสร้างภาพเคลื่อนไหว

## แผนการศึกษาสาขาวิชาศิลปมีเดีย

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 1

#### ภาคการศึกษาฤดูร้อน

RSU 111	Social Dharmacracy	2(2-0-4)
ENL XXX	English Language (1)	3(2-2-5)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (1)	3(x-x-x)

**Total 8 Credit**

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM111	Principles and Theories of Communication	3(3-0-6)
COM116	Language in Communication Arts	3(2-2-5)
COM117	Speech and Personality Development	3(2-2-5)
MMD111	Introduction to Multimedia	3(3-0-6)
MMD112	Drawing for Multimedia	3(1-4-4)
ENL XXX	English Language (2)	3(2-2-5)
RSU 112	Sports for health	1(x-x-x)

**Total 19 Credit**

#### ภาคการศึกษาที่ 2

COM 223	Creative Digital Photography for Communication	3(2-2-5)
COM 230	Creative Thinking for Communication Arts	3(2-2-5)
MMD122	Principles of Graphic Design for Multimedia	3(2-2-5)
MMD222	Computer Graphic for Multimedia	3(1-4-4)
ENL XXX	English Language (3)	3(2-2-5)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (2)	3(x-x-x)

**Total 18 Credit**

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 2

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM 211	Communication Ethics and Law	3(3-0-6)
COM 217	Psychology of Communication	3(3-0-6)
MMD 212	Creative Thinking and Story Telling for Multimedia	3(2-2-5)
MMD 313	Information Development for Multimedia	3(2-2-5)
ENL XXX	English Language (4)	3(2-2-5)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (3)	3(x-x-x)

**Total 18 Credit**

#### ภาคการศึกษาที่ 2

COM 227	Intercultural Communication	3(3-0-6)
COM 231	Creation of Contents for Digital Media	3(2-2-5)
MMD 235	Video Production for Multimedia	3(1-4-4)
MMD 324	Audio for Multimedia	3(1-4-4)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (4)	3(x-x-x)

**Total 15 Credit**

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 3

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM 228	Audience Analysis in Digital Era	3(3-0-6)
COM 317	Introduction to Research for Communication Arts	3(3-0-6)
MMD 333	Creative Animation for Multimedia	3(1-4-4)
XXXxxx	Professional Elective (1)	3(x-x-x)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (5)	3(x-x-x)

Total 15 Credit

#### ภาคการศึกษาที่ 2

COM 349	Communication Entrepreneurs	3(3-0-6)
MMD 412	Multimedia Research	3(2-2-5)
MMD 413	Management Tools for Multimedia Career Opportunities	3(3-0-6)
XXXxxx	Professional Elective (2)	3(x-x-x)
XXXxxx	Professional Elective (3)	3(x-x-x)

Total 15 Credit

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 4

#### ภาคการศึกษาฤดูร้อน

MMD 489	Internship	1(0-40-20)
---------	------------	------------

Total 1 Credits

#### ภาคการศึกษาที่ 1

XXXxxx	Professional Elective (4)	3(x-x-x)
XXXxxx	Professional Elective (5)	3(x-x-x)
XXXxxx	Free Elective (1)	3(x-x-x)
XXXxxx	Free Elective (2)	3(x-x-x)

Total 12 Credit

#### ภาคการศึกษาที่ 2

MMD 492	Senior Project	5(0-10-5)
---------	----------------	-----------

Total 5 Credit

## แผนสหกิจการศึกษา

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 1

#### ภาคการศึกษาฤดูร้อน

RSU 111 Social Dharmacracy	2(2-0-4)
ENL XXX English Language (1)	3(2-2-5)
RSU XXX Group 3 - Group 8 (1)	3(x-x-x)

Total 8 Credit

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM111 Principles and Theories of Communication	3(3-0-6)
COM116 Language in Communication Arts	3(2-2-5)
COM117 Speech and Personality Development	3(2-2-5)
MMD111 Introduction to Multimedia	3(3-0-6)
MMD112 Drawing for Multimedia	3(1-4-4)
ENL XXX English Language (2)	3(2-2-5)
RSU 112 Sports for health	1(x-x-x)

Total 19 Credit

#### ภาคการศึกษาที่ 2

COM 223 Creative Digital Photography for Communication	3(2-2-5)
COM 230 Creative Thinking for Communication Arts	3(2-2-5)
MMD122 Principles of Graphic Design for Multimedia	3(2-2-5)
MMD222 Computer Graphic for Multimedia	3(1-4-4)
ENL XXX English Language (3)	3(2-2-5)
RSU XXX Group 3 - Group 8 (2)	3(x-x-x)

Total 18 Credit

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 2

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM 211 Communication Ethics and Law	3(3-0-6)
COM 217 Psychology of Communication	3(3-0-6)
MMD 212 Creative Thinking and Story Telling for Multimedia	3(2-2-5)
MMD 313 Information Development for Multimedia	3(2-2-5)
ENL XXX English Language (4)	3(2-2-5)
RSU XXX Group 3 - Group 8 (3)	3(x-x-x)

Total 18 Credit

#### ภาคการศึกษาที่ 2

COM 227 Intercultural Communication	3(3-0-6)
COM 231 Creation of Contents for Digital Media	3(2-2-5)
MMD 235 Video Production for Multimedia	3(1-4-4)
MMD 324 Audio for Multimedia	3(1-4-4)
RSU XXX Group 3 - Group 8 (4)	3(x-x-x)

Total 15 Credit



### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 3

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM 228	Audience Analysis in Digital Era	3(3-0-6)
COM 317	Introduction to Research for Communication Arts	3(3-0-6)
MMD 333	Creative Animation for Multimedia	3(1-4-4)
XXXxxx	Professional Elective (1)	3(x-x-x)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (5)	3(x-x-x)

Total 15 Credit

#### ภาคการศึกษาที่ 2

COM 349	Communication Entrepreneurs	3(3-0-6)
MMD 412	Multimedia Research	3(2-2-5)
MMD 413	Management Tools for Multimedia Career Opportunities	3(3-0-6)
XXXxxx	Professional Elective (2)	3(x-x-x)
XXXxxx	Professional Elective (3)	3(x-x-x)

Total 15 Credit

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 4

#### ภาคการศึกษาที่ 1

XXXxxx	Professional Elective (4)	3(x-x-x)
XXXxxx	Professional Elective (5)	3(x-x-x)
XXXxxx	Free Elective (1)	3(x-x-x)
XXXxxx	Free Elective (2)	3(x-x-x)

Total 12 Credit

#### ภาคการศึกษาที่ 2

MMD 493	Cooperation Education	6(0-40-20)
---------	-----------------------	------------

Total 6 Credit

## สาขาวิชานิเทศศาสตร์การกีฬา Sports Communication

- ชื่อปริญญา : นิเทศศาสตรบัณฑิต (นิเทศศาสตร์การกีฬา)  
: Bachelor of Communication Arts (Sports Communication)  
: นศ.บ. (นิเทศศาสตร์การกีฬา)  
: B.Com.Arts (Sports Communication)

### ปรัชญา

หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์การกีฬา เป็นหลักสูตรที่มุ่งเน้นผลิตบัณฑิต ให้มีความรู้ความสามารถทางการสื่อสารการกีฬาในหลายมิติ ได้แก่ การสื่อสารมวลชน การสื่อสารองค์กรกีฬา และการสื่อสารเชิงธุรกิจด้านกีฬา มีความรู้และทักษะในการสร้างสรรค์การผลิตสื่อ โดยการใช้องค์ความรู้ด้านการสื่อสาร การกีฬา และการบริหารจัดการ โดยหลักสูตรเป็น

สหวิทยาการที่รวมเอาศาสตร์หลายสาขาวิชามารวมกัน บัณฑิตจะมีความรู้และทักษะภายใต้การเรียนรู้แบบสหวิชาชีพ และเป็นผู้สื่อสารที่สามารถกระจายความรู้สู่องค์กรและสังคมได้ บัณฑิตที่จบมาจะเป็นผู้ที่มีความรู้คุณธรรม สามารถประกอบอาชีพในด้านการสื่อสารมวลชนด้านการกีฬา การสื่อสารองค์กรการกีฬา การสื่อสารด้านสุขภาพและนันทนาการ และสื่อสารในเชิงธุรกิจด้านการกีฬาได้ ซึ่งเป็นประโยชน์แก่สังคมและประเทศชาติ ตลอดจนเป็นผู้เป็นที่ได้รับการยอมรับจากสังคม และได้มาตรฐานสากล เป็นผู้มีจริยธรรม จรรยาบรรณ และรับผิดชอบต่อวิชาชีพและสังคม

หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์การกีฬา เน้นการส่งเสริมการเรียนรู้ของนักศึกษาอย่างมีประสิทธิภาพโดยการบูรณาการองค์ความรู้สู่การปฏิบัติจริง ส่งเสริมการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการสื่อสาร และมีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อวิชาชีพและสังคม ด้วยคติพจน์ที่ว่า “นิเทศศาสตร์การกีฬา เรียนรู้ สร้างสรรค์ แบ่งปันเพื่อสังคม”

### ความสำคัญ

ในปัจจุบัน ประเทศไทยต้องเผชิญกับแรงกดดันและความเสี่ยงภายใต้สถานการณ์ที่กระแสโลกาภิวัตน์เข้มข้นมากขึ้น เป็นโลกไร้พรมแดน ได้แก่ การเปิดเศรษฐกิจเสรี ความท้าทายด้านเทคโนโลยีใหม่ ๆ และการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถทางการแข่งขัน ทั้งด้านองค์ความรู้ เทคโนโลยี ข่าวสาร สินค้าและบริการ ทำให้การแข่งขันในตลาดโลกรุนแรงขึ้น สังคมไทยจึงมีการปรับตัวเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับประเทศ โดยยึดหลักการตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ที่เน้น

ไปในการพัฒนาศักยภาพและคุณภาพของมนุษย์โดยมองว่าการพัฒนาที่ยั่งยืนเริ่มต้นที่การพัฒนาคน โดยให้ความสำคัญกับการกีฬาและสุขภาพ ตั้งแต่ระดับเยาวชนจนถึงผู้สูงอายุ

องค์การอนามัยโลก ได้นิยามไว้ว่า “สุขภาพ หมายถึง สุขภาวะที่สมบูรณ์ทั้งทางกาย จิตใจ สังคม และปัญญา มิใช่เพียงการปราศจากโรคหรือความพิการเท่านั้น” (ตามนิยาม “สุขภาพ” ของ องค์การอนามัยโลก และ พ.ร.บ.สุขภาพแห่งชาติ พ.ศ. 2550)” หรือสุขภาวะที่สมบูรณ์ทุกๆ ทางเชื่อมโยงกัน สะท้อนถึงความเป็นองค์รวมอย่างแท้จริงของสุขภาพที่เกี่ยวพันและเชื่อมโยงกันทั้ง 4 มิติ นำมาสู่วิสัยทัศน์ของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) คือ “คนไทยมีสุขภาวะยั่งยืน หมายถึง คนไทยมีสุขภาวะดีครบทั้งสี่ด้าน ได้แก่ กาย จิต สังคม และปัญญา อันได้แก่ สุขภาวะทางกาย สุขภาวะทางจิต หมายถึง จิตใจที่เป็นสุข ผ่อนคลาย ไม่เครียด คล่องแคล่ว มีความเมตตา กรุณา มีสติ มีสมาธิ เป็นต้น สุขภาวะทางสังคม และสุขภาวะทางปัญญา (จิตวิญญาณ) ข้อมูลดังกล่าวในปัจจุบันยังไม่มีมีการกระจายข้อมูลไปสู่ภาคประชาชน เนื่องจากมีข้อจำกัดทางด้าน การเผยแพร่ กล่าวคือ หลักสูตรด้านการกีฬาในปัจจุบันมีการสอนในเรื่องของการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านการกีฬาในวงจำกัด แต่เทคโนโลยีด้านการสื่อสารมวลชนมีความก้าวหน้า และมีรายการกีฬาจำนวนมาก ทั้งในสื่อหลักและสื่อรอง แต่ยังคงขาดบุคลากรเป็นจำนวนมากที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และความสามารถที่จะปฏิบัติงานได้

ในอดีตการออกกำลังกายหรือการเล่นกีฬา อาจเป็นเพียงเพื่อความสนุกสนาน เพลิดเพลิน แต่ในปัจจุบันคนส่วนใหญ่ออกกำลังกายหรือเล่นกีฬา เพราะเล็งเห็นถึงความสำคัญและประโยชน์ของการออกกำลังกาย ที่มีผลต่อการพัฒนาระบบต่างๆ ของร่างกาย อาทิ พัฒนาระบบกล้ามเนื้อ ระบบไหลเวียนโลหิต ระบบขับถ่าย ฯลฯ รวมทั้งพัฒนาทางด้านจิตใจ อารมณ์ และสังคม ดังนั้นปัจจุบันจึงมีคนเป็นจำนวนมากหันมาให้ความสนใจกับการออกกำลังกาย และเล่นกีฬาเพิ่มขึ้น เพื่อเป็นการป้องกันโรคภัยต่างๆ อีกทั้งยังให้ความสนใจในการชมกีฬาเพื่อความบันเทิงอีกด้วย จึงส่งผลให้เกิดธุรกิจต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการออกกำลังกายและเล่นกีฬาเป็นจำนวนมาก เช่น ธุรกิจการจัดการแข่งขันกีฬา ธุรกิจด้านการบริหารจัดการสนามกีฬา สนามฟุตบอล สนามกอล์ฟ ธุรกิจจำหน่ายอุปกรณ์กีฬา ชุดกีฬา รองเท้ากีฬา ธุรกิจด้านการบริการกีฬาและสุขภาพ สपोर्टคลับ ฟิตเนส ธุรกิจด้านการผลิตรายการกีฬา ทางสื่อหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ และสื่อออนไลน์ เป็นต้น

ความเปลี่ยนแปลงด้านต่างๆ ในสังคม สถาบันสื่อมวลชนนับว่ามีอิทธิพลต่อสังคมเป็นอย่างมาก ซึ่งความเปลี่ยนแปลงต่างๆ ล้วนมีสาเหตุมาจากการสื่อสารซึ่งเป็นหัวใจของการพัฒนาสังคมมาโดยตลอด และในการทำธุรกิจด้านกีฬาและสุขภาพก็เช่นเดียวกัน จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องใช้การสื่อสารในทุกรูปแบบในการประสาน การถ่ายทอด หรือติดต่อสื่อสารเพื่อเผยแพร่ข่าวสารไปยังมวลชนในวงกว้างได้ มีการนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาผสมผสานกับความรู้ในวิชาการนิเทศศาสตร์ เพื่อทำให้การสื่อสารข้อมูลต่างๆ เป็นไปอย่างรวดเร็วและสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น อีกทั้งการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วของภูมิทัศน์สื่อ (Media Landscape) ยังส่งผลให้การทำหน้าที่ของสื่อต่างๆ มีอาจ

ยึดติดกับการนำเสนอสื่อรูปแบบเดิมเพียงอย่างเดียว แต่จำเป็นต้องใช้สื่อทุกรูปแบบและทุกช่องทาง การสื่อสารในการเข้าถึงประชาชน ขณะเดียวกันที่องค์กรด้านการกีฬาที่จำเป็นต้องมีการใช้การสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายให้มีประสิทธิภาพ โดยเน้นการสร้างให้เกิดการรับรู้ ความรู้ ทักษะ และภาพลักษณ์ที่ดีต่อการดำเนินงานขององค์กร ดังนั้นหลักสูตรนิเทศศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์การกีฬา จึงมีความสำคัญต่อการสื่อสารองค์กรด้านการกีฬาค่อนข้างมากเช่นกัน

นอกจากนี้ สถาบันการศึกษาที่จัดการเรียนการสอนด้านการกีฬาในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน โดยผู้เรียนสามารถศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาได้ ขณะที่นักเรียนจากโรงเรียนทั่วไปที่มีความสนใจในเรื่องกีฬาก็มีจำนวนมากขึ้น ตามกระแสความนิยมในเรื่องกีฬาและสุขภาพ ประกอบกับปัจจุบันนโยบายรัฐได้มุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา มีการจัดตั้งเมืองกีฬา เพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางด้านการกีฬาของภูมิภาค ทำให้มีองค์กรภาครัฐและภาคเอกชนที่ประกอบการทางด้านการสื่อสารและการกีฬาเป็นจำนวนมาก เช่น การกีฬาแห่งประเทศไทย สมาคมกีฬา องค์กรที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับสินค้าด้านการกีฬา สื่อมวลชนด้านการกีฬา ศูนย์กีฬา เป็นต้น ดังนั้นจะเห็นว่า หลักสูตรนิเทศศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์การกีฬาของมหาวิทยาลัยรังสิตจึงเป็นหลักสูตรที่สามารถรองรับนักศึกษา พร้อมทั้งผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ด้านการสื่อสาร ทักษะทางการสร้างสรรค์สื่อ ทักษะด้านการบริหารจัดการการกีฬา และคุณสมบัติเฉพาะด้าน อาทิ สื่อสารมวลชนด้านการกีฬา ผู้จัดกิจกรรมทางการตลาดเพื่อการกีฬา ผู้บริหารด้านการสื่อสารและและการกีฬา ผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับการนันทนาการ ผู้ประกอบการศูนย์กีฬา ซึ่งคุณสมบัติเฉพาะด้านของบัณฑิตนั้นสามารถออกไปรองรับการประกอบวิชาชีพในตลาดแรงงานได้

จากที่กล่าวมาข้างต้น หลักสูตรนี้จึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพคนแบบยั่งยืน บนพื้นฐานของการมีองค์ความรู้ทั้งด้านการกีฬาและสุขภาพ การสื่อสารมวลชน การสื่อสารองค์กร และการสื่อสารเชิงธุรกิจ พร้อมทั้งมีทักษะในการสร้างสรรค์เนื้อหา และการผลิตสื่อ ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการต่อยอดทางธุรกิจการสื่อสารและการกีฬา และการสร้างมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจต่อไป

### วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1. เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ความสามารถ และความเชี่ยวชาญทางด้านนิเทศศาสตร์การกีฬา สามารถนำหลักการทฤษฎีไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานด้านการสื่อสารการกีฬาได้
2. เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความสามารถนำเสนอข่าวสารที่มีคุณภาพ และวิเคราะห์ชี้แนะเพื่อแก้ปัญหาสังคมอย่างมีประสิทธิภาพ โดยอาศัยกลไกแห่งศาสตร์ และศิลป์ของการสื่อสาร
3. เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการองค์กรด้านการกีฬา พร้อมทั้งสามารถประยุกต์ใช้ในการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์การกีฬา และสื่อสารในเชิงธุรกิจได้
4. เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความสามารถในการแสวงหาความรู้ และพัฒนาทักษะอยู่เสมอโดย

ใช้เทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัย และมีความรู้พื้นฐานที่สามารถศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้นในสาขาวิชาต่างๆ

5. เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีเจตคติที่ดีต่องานนิเทศศาสตร์และการสื่อสารการกีฬา มีความสามารถสร้างสรรค์งานสื่อสารการกีฬาได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งเป็นผู้ที่มีความรู้คู่คุณธรรม จริยธรรม มีความสำนึกรับผิดชอบต่อวิชาชีพและสังคม ตลอดจนมีจิตสำนึกในการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีอันดีงามของไทย

### โครงสร้างหลักสูตร

- ระยะเวลาศึกษาตลอดหลักสูตร 4 ปี

• จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร 126 หน่วยกิต

หมวดวิชาศึกษาทั่วไป 30 หน่วยกิต

หมวดวิชาศึกษาทั่วไปแบ่งโครงสร้างหลักสูตรออกเป็น 8 กลุ่มวิชา ดังนี้

กลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 จำนวนหน่วยกิตรวม 15 หน่วยกิต แบ่งเป็น

กลุ่มที่ 1 อัตลักษณ์มหาวิทยาลัย (RSU Identity) 3 หน่วยกิต

กลุ่มที่ 2 ความเป็นสากลและการสื่อสาร

(Internationalization and Communication) 12 หน่วยกิต

โดยกลุ่มที่ 2 แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มวิชาดังนี้

กลุ่มที่ 2.1 ภาษาอังกฤษ (English Language) 6 หน่วยกิต

กลุ่มที่ 2.2 ภาษานานาชาติและประสบการณ์ระหว่างประเทศ

(International Language and International Experience) 6 หน่วยกิต

กลุ่มที่ 3 ถึงกลุ่มที่ 8 จำนวนหน่วยกิตรวม 15 หน่วยกิต

นักศึกษาสามารถเลือกเรียนรายวิชาในกลุ่มที่ 3 ถึงกลุ่มที่ 8 โดยในแต่ละกลุ่มจะ

เลือกวิชาได้ไม่เกิน 3 หน่วยกิต รวมแล้วไม่น้อยกว่า 15 หน่วยกิต

กลุ่มที่ 3 ภาวะผู้นำและความรับผิดชอบต่อสังคม (Leadership and Social Responsibility)

กลุ่มที่ 4 ศิลปะและวัฒนธรรม (Arts and Culture)

กลุ่มที่ 5 ผู้ประกอบการนวัตกรรม Innovative Entrepreneurship)

กลุ่มที่ 6 รู้เท่าทันสื่อดิจิทัล (Digital Media Literacy)

กลุ่มที่ 7 หลักคิดวิทยาศาสตร์ (Essence of Science)

กลุ่มที่ 8 อาร์เอสยู มาย-สไตล์ (RSU My-Style)

หมวดวิชาเฉพาะ	90	หน่วยกิต
กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ	36	หน่วยกิต
กลุ่มวิชาชีพ	54	หน่วยกิต
ก. วิชาชีพ-บังคับ	39	หน่วยกิต
ข. วิชาชีพ-เลือก	15	หน่วยกิต
หมวดวิชาเสรี ไม่น้อยกว่า	6	หน่วยกิต

### อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา

1. ผู้สื่อข่าว และช่างภาพกีฬา
2. นักสื่อสารเชิงธุรกิจด้านกีฬา
3. นักสื่อสารองค์กรด้านการกีฬา
4. ผู้จัดการกิจกรรมทางการกีฬา
5. ผู้บริหารจัดการด้านการสื่อสารและการกีฬา
6. ผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับการสื่อสาร การกีฬา และนันทนาการ
7. ผู้ประกอบการในศูนย์กีฬา

## แผนการศึกษาสาขาวิชานิเทศศาสตร์การกีฬา

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 1

#### ภาคการศึกษาฤดูร้อน

RSU 111 Social Dharmacracy	2(2-0-4)
ENL XXX English Language (1)	3(2-2-5)
RSU XXX Group 3 - Group 8 (1)	3(x-x-x)

**Total 8 Credit**

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM 111 Principles and Theories of Communication	3(3-0-6)
COM 116 Language in Communication Arts	3(2-2-5)
COM 117 Speech and Personality Development	3(2-2-5)
SPC 101 Basic of Sports	3(3-0-6)
SPC 111 Introduction to Sports Communication	3(3-0-6)
ENL XXX English Language (2)	3(2-2-5)
RSU112 Sports for health	1(x-x-x)

**Total 19 Credit**

#### ภาคการศึกษาที่ 2

COM 211 Communication Ethics and Law	3(3-0-6)
COM 223 Creative Digital Photography for Communication	3(2-2-5)
SPC 112 Creative Writing for Sports Communication	3(2-2-5)
XXX xxx Professional Elective (1)	3(x-x-x)
ENL XXX English Language (3)	3(2-2-5)
RSU XXX Group 3 - Group 8 (2)	3(x-x-x)

**Total 18 Credit**

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 2

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM 228 Audience Analysis in Digital Era	3(3-0-6)
COM 230 Creative Thinking for Communication Arts	3(2-2-5)
COM 317 Introduction to Research for Communication Arts	3(3-0-6)
SPC 216 Advanced Sports Photography	3(2-2-5)
SPC 217 Sports Information Production	3(2-2-5)
SPC 218 Psychology for Sports Communication	3(3-0-6)
ENL XXX English Language (4)	3(2-2-5)

**Total 21 Credit**

#### ภาคการศึกษาที่ 2

COM 217 Psychology of Communication	3(3-0-6)
COM 227 Intercultural Communication	3(2-2-5)
COM 231 Creation of Contents for Digital Media	3(2-2-5)
SPC 214 Sports Introduction to Research for Communication Arts	3(3-0-6)
SPC 219 Video Production for Sports Communication	3(2-2-5)
RSU XXX Group 3 - Group 8 (3)	3(x-x-x)

**Total 18 Credit**

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 3

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM 349	Communication 3(3-0-6) Entrepreneurs	
SPC 311	Sports Organizations Management	3(3-0-6)
XXX xxx	Professional Elective (2)	3(x-x-x)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (4)	3(x-x-x)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (5)	3(x-x-x)

**Total 15 Credit**

#### ภาคการศึกษาที่ 2

SPC 322	Sport Brand Communication	3(3-0-6)
SPC 324	Special Events for Sports Communication	3(3-0-6)
XXX xxx	Professional Elective (3)	3(x-x-x)
XXX xxx	Free Elective (1)	3(x-x-x)
XXX xxx	Free Elective (2)	3(x-x-x)

**Total 15 Credit**

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 4

#### ภาคการศึกษาฤดูร้อน

SPC 489	Internship	1(0-40-20)
---------	------------	------------

**Total 1 Credit**

#### ภาคการศึกษาที่ 1

XXX xxx	Professional Elective (4)	3(x-x-x)
XXX xxx	Professional Elective (5)	3(x-x-x)

**Total 6 Credit**

#### ภาคการศึกษาที่ 2

SPC 492	Senior Project	5(0-10-5)
---------	----------------	-----------

**Total 5 Credit**



## แผนสภกิจการศึกษา

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 1

#### ภาคการศึกษาฤดูร้อน

RSU 111 Social Dharmacracy	2(2-0-4)
ENL XXX English Language (1)	3(2-2-5)
RSU XXX Group 3 - Group 8 (1)	3(x-x-x)

**Total 8 Credit**

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM 111 Principles and Theories of Communication	3(3-0-6)
COM 116 Language in Communication Arts	3(2-2-5)
COM 117 Speech and Personality Development	3(2-2-5)
SPC 101 Basic of Sports	3(3-0-6)
SPC 111 Introduction to Sports Communication	3(3-0-6)
ENL XXX English Language (2)	3(2-2-5)
RSU112 Sports for health	1(x-x-x)

**Total 19 Credit**

#### ภาคการศึกษาที่ 2

COM 211 Communication Ethics and Law	3(3-0-6)
COM 223 Creative Digital Photography for Communication	3(2-2-5)
SPC 112 Creative Writing for Sports Communication	3(2-2-5)
XXX xxx Professional Elective (1)	3(x-x-x)
ENL XXX English Language (3)	3(2-2-5)
RSU XXX Group 3 - Group 8 (2)	3(x-x-x)

**Total 18 Credit**

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 2

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM 228 Audience Analysis in Digital Era	3(3-0-6)
COM 230 Creative Thinking for Communication Arts	3(2-2-5)
COM 317 Introduction to Research for Communication Arts	3(3-0-6)
SPC 216 Advanced Sports Photography	3(2-2-5)
SPC 217 Sports Information Production	3(2-2-5)
SPC 218 Psychology for Sports Communication	3(3-0-6)
ENL XXX English Language (4)	3(2-2-5)

**Total 21 Credit**

#### ภาคการศึกษาที่ 2

COM 217 Psychology of Communication	3(3-0-6)
COM 227 Intercultural Communication	3(2-2-5)
COM 231 Creation of Contents for Digital Media	3(2-2-5)
SPC 214 Sports Introduction to Research for Communication Arts	3(3-0-6)
SPC 219 Video Production for Sports Communication	3(2-2-5)
RSU XXX Group 3 - Group 8 (3)	3(x-x-x)

**Total 18 Credit**

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 3

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM 349	Communication Entrepreneurs	3(3-0-6)
SPC 311	Sports Organizations Management	3(3-0-6)
XXX xxx	Professional Elective (2)	3(x-x-x)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (4)	3(x-x-x)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (5)	3(x-x-x)

Total 15 Credit

#### ภาคการศึกษาที่ 2

SPC 322	Sport Brand Communication	3(3-0-6)
SPC 324	Special Events for Sports Communication	3(3-0-6)
XXX xxx	Professional Elective (3)	3(x-x-x)
XXX xxx	Free Elective (1)	3(x-x-x)
XXX xxx	Free Elective (2)	3(x-x-x)

Total 15 Credit

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 4

#### ภาคการศึกษาที่ 1

XXX xxx	Professional Elective (4)	3(x-x-x)
XXX xxx	Professional Elective (5)	3(x-x-x)
		Total 6 Credit

#### ภาคการศึกษาที่ 2

SPC 493	Cooperative Education	6(0-40-20)
		Total 6 Credit

## สาขาวิชาการเขียนบทและการกำกับภาพยนตร์และโทรทัศน์ Film and Television Writing and Directing

### ชื่อปริญญาและสาขาวิชา

- : นิเทศศาสตรบัณฑิต (การเขียนบทและการกำกับภาพยนตร์และโทรทัศน์)
- : Bachelor of Communication Arts (Film and Television Writing and Directing)
- : นศ.บ. (การเขียนบทและการกำกับภาพยนตร์และโทรทัศน์)
- : B.Com.Arts (Film and Television Writing and Directing)

### ปรัชญา

หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการเขียนบทและการกำกับภาพยนตร์และโทรทัศน์ เป็นหลักสูตรที่มุ่งเน้นผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ความสามารถทางการเขียนบทภาพยนตร์ บทละครโทรทัศน์ และบทเพื่อสื่อวีดิทัศน์ พร้อมทั้งผลิตบัณฑิตให้มีความเชี่ยวชาญในการพัฒนาบทเพื่อสื่อหลากหลายประเภท และยังเชี่ยวชาญในการนำบทไม่ว่าจะเป็นของตนเองหรือผู้อื่น มากำกับออกมาเป็นชิ้นงานที่มีคุณภาพได้ โดยหลักสูตรสาขาวิชาการเขียนบทและการกำกับภาพยนตร์และโทรทัศน์ได้นำเอาศาสตร์ของหลายๆสาขามา บูรณาการ พัฒนาความรู้ความสามารถของบัณฑิตด้วยการเรียนการสอนที่เน้นการสร้างสรรค์สภาพแวดล้อมในการเรียนรู้ให้มีความรู้ความเข้าใจเสมือนการได้รับประสบการณ์จากโลกของการทำงานจริงในสื่อภาพยนตร์ สื่อโทรทัศน์และสื่อวีดิทัศน์ รวมทั้งมุ่งเน้นให้บัณฑิตที่จบมา สามารถประกอบอาชีพในด้านการเขียนบทและการกำกับได้อย่างเหมาะสมตามมาตรฐานสากล

### ความสำคัญ

การสื่อสารมวลชนในแง่ของศิลปะบันเทิง ทั้งภาพยนตร์ โทรทัศน์และวีดิทัศน์ ต่างก็อาศัยการกำเนิดจากเนื้อเรื่อง ที่สามารถสื่อสารออกไปให้ผู้ชมได้รับรู้และคล้อยตามไปกับสิ่งที่นำเสนอ โดยเฉพาะในปัจจุบันที่สื่อต่างๆ สามารถเข้าถึงผู้รับชมได้ง่ายยิ่งขึ้นเพราะมีอินเทอร์เน็ต ทำให้ขอบเขตอิทธิพลของสื่อเหล่านั้นกว้างขวางเข้าถึงผู้รับชมได้ จึงจำเป็นที่สื่อเหล่านั้นจะต้องมีคุณภาพมากกว่าเดิมด้วยการเล่าเรื่องที่มีคุณภาพ สอดคล้องกับแนวคิดของหลักสูตรที่ว่าสื่อจะมีคุณภาพที่ดีไม่ได้ ถ้าหากขาดการเล่าเรื่องที่ดี

ปัจจุบันทิศทางการพัฒนาของสื่อบันเทิงมีการนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น เช่น การเกิดขึ้นอย่างมากมาของภาพยนตร์ขนาดสั้น ภาพยนตร์สำหรับฉายทางโทรทัศน์ขนาดสั้น ภาพยนตร์โฆษณาขนาดยาว ภาพยนตร์แอนิเมชันขนาดยาวไปจนถึงการพัฒนาอย่างรวดเร็วของสื่อใหม่ ประเทศไทยจึงต้องการบุคลากรที่จะมารองรับการพัฒนาที่รวดเร็วนี้ ซึ่งจำเป็นอย่างมากที่จะต้องเป็นบุคลากรที่มีความสามารถในการสร้างสรรค์เรื่องราวได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถสร้างสรรค์ออกมาได้อย่างคมคายและสนุกสนาน ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้ดี รวมทั้งต้องมีความเข้าใจในบริบทของการถ่ายทำและการผลิต สื่อบันเทิงอย่างถูกต้องอีกด้วย โดยนำบทไปใช้ได้อย่างเกิดประโยชน์สูงสุด เป็นบทที่ทีมงานผลิตสื่อ

สามารถเอาไปใช้งานได้จริง นำไปกำกับต่อได้อย่างเหมาะสมกับปัจจัยการผลิต

ด้วยความสำคัญดังกล่าว สาขาวิชาการเขียนบทและการกำกับภาพยนตร์และโทรทัศน์ จึงมีจุดมุ่งหมายเพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ความสามารถ ทางด้านการเขียนบทภาพยนตร์ บทละครโทรทัศน์และบทเพื่อสื่อวีดิทัศน์ รวมทั้งสามารถกำกับทางภาพยนตร์ โทรทัศน์ และวีดิทัศน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งสามารถใช้บทที่ตนเองได้สร้างสรรค์ออกมาได้อย่างมีคุณภาพตามหลักสากล โดยอิงตามหลักการของจริยธรรม จรรยาบรรณ และความรับผิดชอบต่อวิชาชีพสื่อมวลชนและสังคม

### วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1. เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ความสามารถ และความเชี่ยวชาญทางนิเทศศาสตร์ ด้านการเขียนบท และการกำกับภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ สามารถประยุกต์ความรู้จากในห้องเรียนไปสู่การปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความสามารถในการรังสรรค์บทสำหรับสื่อบันเทิงชนิดต่างๆได้ไม่ว่าจะเป็นบทภาพยนตร์ขนาดสั้น บทภาพยนตร์ขนาดยาว บทละครโทรทัศน์ บทภาพยนตร์สารคดี บทภาพยนตร์แอนิเมชันและบทเพื่อสื่อวีดิทัศน์
3. เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความสามารถที่จะกำกับบทที่เขียนเพื่อสื่อต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง ดีความหมายจากบทผลิตเป็นงานสื่อได้อย่างชัดเจน เข้าใจ และใช้หลักการของการกำกับได้อย่างมีประสิทธิภาพ
4. เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความสามารถเป็นผู้นำทางความคิด และชักนำสังคมไปในทางที่ถูกต้อง
5. เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความสามารถแสวงหาความรู้และพัฒนาทักษะอยู่เสมอ โดยใช้เทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัย และมีความรู้พื้นฐานที่สามารถศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้นในสาขาวิชาต่างๆ
6. เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความรอบรู้และสามารถทำงานได้จริงในระดับสากล สามารถทำงานได้ภายใต้แบบแผนที่ต้องตามหลักสากล
7. เพื่อผลิตบัณฑิตมีเจตคติที่ดีต่องานการเขียนบทและการกำกับงานสื่อ ทั้งเป็นผู้ที่มีความรู้คู่คุณธรรม จริยธรรม มีความสำนึกรับผิดชอบต่อวิชาชีพและสังคม ตลอดจนมีจิตสำนึกในการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีอันดีงามของไทย

### โครงสร้างหลักสูตร

- ระยะเวลาศึกษาตลอดหลักสูตร 4 ปี
  - จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร 126 หน่วยกิต
  - หมวดวิชาศึกษาทั่วไป 30 หน่วยกิต
- หมวดวิชาศึกษาทั่วไปแบ่งโครงสร้างหลักสูตรออกเป็น 8 กลุ่มวิชา ดังนี้
- |  |    |                   |
|--|----|-------------------|
| กลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 จำนวนหน่วยกิตรวม      | 15 | หน่วยกิต แบ่งเป็น |
| กลุ่มที่ 1 อัตลักษณ์มหาวิทยาลัย (RSU Identity) | 3  | หน่วยกิต          |

กลุ่มที่ 2 ความเป็นสากลและการสื่อสาร

(Internationalization and Communication) 12 หน่วยกิต

โดยกลุ่มที่ 2 แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มวิชาดังนี้

กลุ่มที่ 2.1 ภาษาอังกฤษ (English Language) 6 หน่วยกิต

กลุ่มที่ 2.2 ภาษานานาชาติและประสบการณ์ระหว่างประเทศ

(International Language and International Experience) 6 หน่วยกิต

กลุ่มที่ 3 ถึงกลุ่มที่ 8 จำนวนหน่วยกิตรวม 15 หน่วยกิต

นักศึกษาสามารถเลือกเรียนรายวิชาในกลุ่มที่ 3 ถึงกลุ่มที่ 8 โดยในแต่ละกลุ่มจะเลือกวิชาได้ไม่เกิน 3 หน่วยกิต รวมแล้วไม่น้อยกว่า 15 หน่วยกิต

กลุ่มที่ 3 ภาวะผู้นำและความรับผิดชอบต่อสังคม (Leadership and Social Responsibility)

กลุ่มที่ 4 ศิลปะและวัฒนธรรม (Arts and Culture)

กลุ่มที่ 5 ผู้ประกอบการนวัตกรรม Innovative Entrepreneurship)

กลุ่มที่ 6 รู้เท่าทันสื่อดิจิทัล (Digital Media Literacy)

กลุ่มที่ 7 หลักคิดวิทยาศาสตร์ (Essence of Science)

กลุ่มที่ 8 อาร์เอสยู มาย-สไตล์ (RSU My-Style)

**หมวดวิชาเฉพาะ 90 หน่วยกิต**

กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ 36 หน่วยกิต

กลุ่มวิชาชีพ 54 หน่วยกิต

ก. วิชาชีพ-บังคับ 39 หน่วยกิต

ข. วิชาชีพ-เลือก 15 หน่วยกิต

**หมวดวิชาเสรี ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต**

### แนวทางประกอบอาชีพ

1. นักเขียนบทภาพยนตร์
2. นักเขียนบทละครโทรทัศน์
3. ผู้กำกับภาพยนตร์
4. ผู้กำกับละครโทรทัศน์
5. นักเขียนบทและผู้กำกับให้กับสื่อแอนิเมชันและสื่อภาพเคลื่อนไหวต่าง ๆ

## แผนการศึกษาสาขาวิชาสาขาวิชาการเขียนบทและการกำกับภาพยนตร์และโทรทัศน์

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 1

#### ภาคการศึกษาฤดูร้อน

RSU 111	Social Dharmacracy	2(2-0-4)
ENL XXX	English Language (1)	3(2-2-5)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (1)	3(x-x-x)

**Total 8 Credit**

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM 111	Principles and Theories of Communication	3(3-0-6)
COM 116	Language in Communication Arts	3(2-2-5)
COM 223	Creative Digital Photography for Communication	3(2-2-5)
FWD 111	Introduction to Film and Television Drama	3(2-2-5)
ENL XXX	English Language (2)	3(2-2-5)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (2)	3(x-x-x)
RSU 112	Sports for health	1(x-x-x)

**Total 19 Credit**

#### ภาคการศึกษาที่ 2

COM 117	Speech and Personality Development	3(2-2-5)
COM 211	Communication Ethics and Law	3(3-0-6)
FWD 131	Acting for Film and Television Drama	3(1-4-4)
XXXxxx	Professional Elective (1)	3(x-x-x)
ENL XXX	English Language (3)	3(2-2-5)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (3)	3(x-x-x)

**Total 18 Credit**

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 2

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM 217	Psychology of Communication	3(3-0-6)
COM 227	Intercultural Communication	3(2-2-5)
FWD 221	Film Screenwriting I	3(3-0-6)
FWD 231	Directing for Film I	3(1-4-4)
ENL XXX	English Language (4)	3(2-2-5)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (4)	3(x-x-x)

**Total 18 Credit**

#### ภาคการศึกษาที่ 2

COM 228	Audience Analysis in Digital Era	3(3-0-6)
COM 230	Creative Thinking for Communication Arts	3(2-2-5)
FWD 221	Film Screenwriting I	3(3-0-6)
FWD 231	Directing for Film I	3(1-4-4)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (5)	3(x-x-x)

**Total 15Credit**

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 3

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM 231	Creation of Contents for Digital Media	3(2-2-5)
COM 317	Introduction to Research for Communication Arts	3(3-0-6)
FWD 321	Film Screenwriting II	3(3-0-6)
FWD 331	Directing for Television Drama I	3(1-4-4)
XXXxxx	Professional Elective (2)	3(x-x-x)
XXXxxx	Professional Elective (3)	3(x-x-x)

Total 18 Credit

#### ภาคการศึกษาที่ 2

COM 349	Communication Entrepreneurs	3(3-0-6)
FWD 323	Television Drama Scriptwriting II	3(3-0-6)
FWD 332	Directing for Film II	3(1-4-4)
FWD 431	Directing for Television Drama II	3(1-4-4)
XXXxxx	Professional Elective (4)	3(x-x-x)
XXXxxx	Professional Elective (5)	3(x-x-x)

Total 18 Credit

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 4

#### ภาคการศึกษาฤดูร้อน

FWD 489	Internship	1(0-40-20)
		Total 1 Credits

#### ภาคการศึกษาที่ 1

XXXxxx	Free Elective (1)	3(x-x-x)
XXXxxx	Free Elective (2)	3(x-x-x)
		Total 6 Credit

#### ภาคการศึกษาที่ 2

FWD 492	Senior Project	5(0-10-5)
		Total 5 Credit

## แผนสภกการศึกษ

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 1

#### ภาคการศึกษาฤดูร้อน

RSU 111	Social Dharmacracy	2(2-0-4)
ENL XXX	English Language (1)	3(2-2-5)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (1)	3(x-x-x)

**Total 8 Credit**

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM 111	Principles and Theories of Communication	3(3-0-6)
COM 116	Language in Communication Arts	3(2-2-5)
COM 223	Creative Digital Photography for Communication	3(2-2-5)
FWD 111	Introduction to Film and Television Drama	3(2-2-5)
ENL XXX	English Language (2)	3(2-2-5)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (2)	3(x-x-x)
RSU 112	Sports for health	1(x-x-x)

**Total 19 Credit**

#### ภาคการศึกษาที่ 2

COM 117	Speech and Personality Development	3(2-2-5)
COM 211	Communication Ethics and Law	3(3-0-6)
FWD 131	Acting for Film and Television Drama	3(1-4-4)
XXXxxx	Professional Elective (1)	3(x-x-x)
ENL XXX	English Language (3)	3(2-2-5)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (3)	3(x-x-x)

**Total 18 Credit**

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 2

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM 217	Psychology of Communication	3(3-0-6)
COM 227	Intercultural Communication	3(2-2-5)
FWD 221	Film Screenwriting I	3(3-0-6)
FWD 231	Directing for Film I	3(1-4-4)
ENL XXX	English Language (4)	3(2-2-5)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (4)	3(x-x-x)

**Total 18 Credit**

#### ภาคการศึกษาที่ 2

COM 228	Audience Analysis in Digital Era	3(3-0-6)
COM 230	Creative Thinking for Communication Arts	3(2-2-5)
FWD 221	Film Screenwriting I	3(3-0-6)
FWD 231	Directing for Film I	3(1-4-4)
RSU XXX	Group 3 - Group 8 (5)	3(x-x-x)

**Total 15Credit**



### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 3

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM 231	Creation of Contents for Digital Media	3(2-2-5)
COM 317	Introduction to Research for Communication Arts	3(3-0-6)
FWD 321	Film Screenwriting II	3(3-0-6)
FWD 331	Directing for Television Drama I	3(1-4-4)
XXXxxx	Professional Elective (2)	3(x-x-x)
XXXxxx	Professional Elective (3)	3(x-x-x)

Total 18 Credit

#### ภาคการศึกษาที่ 2

COM 349	Communication Entrepreneurs	3(3-0-6)
FWD 323	Television Drama Scriptwriting II	3(3-0-6)
FWD 332	Directing for Film II	3(1-4-4)
FWD 431	Directing for Television Drama II	3(1-4-4)
XXXxxx	Professional Elective (4)	3(x-x-x)
XXXxxx	Professional Elective (5)	3(x-x-x)

Total 18 Credit

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 4

#### ภาคการศึกษาฤดูร้อน

FWD 489	Internship	1(0-40-20)
		Total 1 Credits

#### ภาคการศึกษาที่ 1

XXXxxx	Free Elective (1)	3(x-x-x)
XXXxxx	Free Elective (2)	3(x-x-x)
		Total 6 Credit

#### ภาคการศึกษาที่ 2

FWD 493	Cooperative Education	6(0-40-20)
		Total 6 Credit

## สาขาวิชาการสร้างสรรคคอนเทนต์ดิจิทัล Digital Content Creation

**ชื่อปริญญาและสาขาวิชา** : นิเทศศาสตรบัณฑิต (การสร้างสรรคคอนเทนต์ดิจิทัล)  
: Bachelor of Communication Arts (Digital Content Creation)  
: นศ.บ. (การสร้างสรรคคอนเทนต์ดิจิทัล)  
: B.Com.Arts (Digital Content Creation)

### ปรัชญา

พลวัตแห่งการสื่อสารข้ามศาสตร์ และสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลอย่างมีกลยุทธ์

### ความสำคัญ

การสื่อสารในยุคดิจิทัลได้สร้างปรากฏการณ์แห่งการเปลี่ยนแปลงทางการสื่อสารอย่างพลิกโฉมในทุกมิติ อันเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่ทลายข้อจำกัดของการสื่อสาร ส่งผลให้เกิดทางเลือกในการสื่อสารมากมาย ทั้งมิติของผู้กระทำการสื่อสาร และมิติด้านเนื้อหาและรูปแบบของการสื่อสาร ไม่ว่าจะเป็น ช่องทางการสื่อสารใหม่ๆ รูปแบบการสื่อสาร พฤติกรรมในการสื่อสาร รวมไปถึงวัฒนธรรมการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไป สอดคล้องกับวลีของมาร์แชล แมคลูฮัน ที่ว่า “Medium is the message : สื่อเป็นตัวกำหนดการสื่อสารของมวลมนุษยชาติ”

จากคำกล่าวของ Bill Gate เมื่อปี 1996 ว่า Content is King หรือ คอนเทนต์คือคาคาการณ์ว่าในอนาคต อุตสาหกรรมหรือธุรกิจด้านคอนเทนต์จะเติบโต ดูเหมือนว่าการคาดการณ์นี้จะเป็นจริง เพราะแม้ในช่วงการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ทำให้ธุรกิจต่าง ๆ หยุดชะงักหรือชะงักลงชั่วคราว แต่ในอุตสาหกรรมสื่อออนไลน์ต่าง ๆ โดยเฉพาะธุรกิจด้านคอนเทนต์กลับขยายตัวเติบโตอย่างก้าวกระโดด ซึ่งพิสูจน์ชัดแล้วว่าการเปลี่ยนแปลงทางการสื่อสารในยุคดิจิทัลนี้ไม่เพียงจะส่งผลให้อุตสาหกรรมสื่อเปลี่ยนแปลงเท่านั้น แต่ในขณะเดียวกันยังส่งผลให้อุตสาหกรรมสื่อในช่องทางดิจิทัลเติบโต เพราะยังช่องทางการสื่อสารบนโลกออนไลน์เติบโตมากขึ้นเท่าใด ผู้สื่อสารจะบริโภคคอนเทนต์มากขึ้นเท่านั้น ความต้องการคอนเทนต์จะขยายตัวมากขึ้น และจะถูกนำไปใช้ในบริบทที่หลากหลาย ทั้งการนำไปใช้เพื่อการสร้างความบันเทิง การแข่งขันในเชิงธุรกิจ การสร้างการขับเคลื่อนประเด็นต่าง ๆ ในสังคม

ในยุคแห่งการสื่อสารที่เต็มไปด้วยความเปลี่ยนแปลง และมีแนวโน้มที่จะเกิดการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา นั้นเท่ากับว่า การข้ามพ้นการเปลี่ยนแปลงจึงต้องทลายข้อจำกัดและหลอมรวมองค์ความรู้ หรือสร้างการเรียนรู้เพื่อข้ามศาสตร์ หลักสูตร สาขาวิชาการสร้างสรรคคอนเทนต์ดิจิทัล จึงต้องบูรณาการทักษะที่มาจากหลากหลายศาสตร์ สะท้อนคุณลักษณะบัณฑิตให้มีทักษะ

ความเชี่ยวชาญที่หลากหลาย มีความสามารถในการคิดสร้างสรรค์ มีมุมมองเชิงกลยุทธ์สามารถปรับประยุกต์ให้เหมาะสมกับบริบทหรือสถานการณ์ของการสื่อสารในรูปแบบใหม่ ๆ ได้ตลอดเวลา และมีความเข้าใจในอุตสาหกรรมสื่อดิจิทัลเพื่อเข้าสู่การแข่งขันในเชิงธุรกิจได้

### วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1. มีความรู้ความสามารถด้านการสร้างสรรค์คอนเทนต์ให้กับสื่อดิจิทัลในรูปแบบที่หลากหลาย
2. มีความสามารถในการบูรณาการข้ามศาสตร์อย่างสร้างสรรค์ และมีทักษะที่หลากหลาย (Multi-skills)
3. มีความสามารถในการคิดเชิงกลยุทธ์และมีความพร้อมต่อการแข่งขันทางธุรกิจและสังคม
4. มีความเท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงของการสื่อสารและเทคโนโลยี
5. เป็นนักสื่อสารที่มีคุณธรรม จริยธรรม และเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง
6. มีจิตสำนึกที่ดีในการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

### โครงสร้างหลักสูตร

- ระยะเวลาศึกษาตลอดหลักสูตร 4 ปี
  - จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร 126 หน่วยกิต
  - หมวดวิชาศึกษาทั่วไป 30 หน่วยกิต
  - หมวดวิชาศึกษาทั่วไปแบ่งโครงสร้างหลักสูตรออกเป็น 8 กลุ่มวิชา ดังนี้
  - กลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 จำนวนหน่วยกิตรวม 15 หน่วยกิต แบ่งเป็น
    - กลุ่มที่ 1 อัตลักษณ์มหาวิทยาลัย (RSU Identity) 3 หน่วยกิต
    - กลุ่มที่ 2 ความเป็นสากลและการสื่อสาร (Internationalization and Communication) 12 หน่วยกิต
  - โดยกลุ่มที่ 2 แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มวิชาดังนี้
    - กลุ่มที่ 2.1 ภาษาอังกฤษ (English Language) 6 หน่วยกิต
    - กลุ่มที่ 2.2 ภาษานานาชาติและประสบการณ์ระหว่างประเทศ (International Language and International Experience) 6 หน่วยกิต
  - กลุ่มที่ 3 ถึงกลุ่มที่ 8 จำนวนหน่วยกิตรวม 15 หน่วยกิต
- นักศึกษาสามารถเลือกเรียนรายวิชาในกลุ่มที่ 3 ถึงกลุ่มที่ 8 โดยในแต่ละกลุ่มจะเลือกวิชาได้ไม่เกิน 3 หน่วยกิต รวมแล้วไม่น้อยกว่า 15 หน่วยกิต

กลุ่มที่ 3 ภาวะผู้นำและความรับผิดชอบต่อสังคม (Leadership and Social Responsibility)

กลุ่มที่ 4 ศิลปะและวัฒนธรรม (Arts and Culture)

กลุ่มที่ 5 ผู้ประกอบการนวัตกรรม Innovative Entrepreneurship)

กลุ่มที่ 6 รู้เท่าทันสื่อดิจิทัล (Digital Media Literacy)

กลุ่มที่ 7 หลักคิดวิทยาศาสตร์ (Essence of Science)

กลุ่มที่ 8 อาร์เอสยู มาย-สไตล์ (RSU My-Style)

<b>หมวดวิชาเฉพาะ</b>	<b>90</b>	<b>หน่วยกิต</b>
กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ	36	หน่วยกิต
กลุ่มวิชาชีพ	54	หน่วยกิต
ก. วิชาชีพ-บังคับ	39	หน่วยกิต
ข. วิชาชีพ-เลือก	15	หน่วยกิต
<b>หมวดวิชาเสรี ไม่น้อยกว่า</b>	<b>6</b>	<b>หน่วยกิต</b>

### แนวทางประกอบอาชีพ

1. นักสร้างสรรค์คอนเทนต์บนสื่อดิจิทัล
2. บรรณาธิการผู้สื่อข่าวสำนักข่าวออนไลน์
3. ผู้ประกอบการบนเครือข่ายออนไลน์
4. นักถ่ายภาพนิ่ง ภาพวิดีโอ และนักตัดต่อวิดีโอบนสื่อดิจิทัล
5. Online Influencer

## แผนการศึกษาสาขาวิชาการสร้างสรรค์คอนเทนต์ดิจิทัล

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 1

#### ภาคการศึกษาฤดูร้อน

RSU 111 Social Dharmacracy	2(2-0-4)
ENL XXX English Language (1)	3(2-2-5)
RSU XXX Group 3 - Group 8 (1)	3(x-x-x)

**Total 8 Credit**

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM 111 Principles and Theories of Communication	3(3-0-6)
COM 116 Language in Communication Arts	3(2-2-5)
DCC 111 Digital Media Landscape	3(3-0-6)
DCC 131 Creating and Presenting Identities via Online Sphere	3(3-0-6)
ENL XXX English Language (2)	3(2-2-5)
RSU XXX Group 3 - Group 8 (2)	3(x-x-x)
RSU 112 Sports for health	1(x-x-x)

**Total 19 Credit**

#### ภาคการศึกษาที่ 2

COM 117 Speech and Personality Development	3(2-2-5)
COM 230 Creative Thinking for Communication Arts	3(2-2-5)
DCC 221 Storytelling in Digital Media	3(3-0-6)
DCC 223 Lifestyle Content Design for Digital Media	3(2-2-5)
ENL XXX English Language (3)	3(2-2-5)
RSU XXX Group 3 - Group 8 (3)	3(x-x-x)

**Total 18 Credit**

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 2

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM 211 Communication Ethics and Law	3(3-0-6)
COM 217 Psychology of Communication	3(3-0-6)
COM 223 Creative Digital Photography for Communication	3(2-2-5)
DCC 211 Digital Media User Insight	3(2-2-5)
DCC 224 Digital Media for Social Movement	3(3-0-6)
RSU XXX Group 3 - Group 8 (4)	3(x-x-x)

**Total 18 Credit**

#### ภาคการศึกษาที่ 2

COM 227 Intercultural Communication	3(2-2-5)
COM 228 Audience Analysis in Digital Era	3(3-0-6)
DCC 242 Production and Post-Production Workshop for Digital Media	3(1-4-4)
DCC 231 Online Key Opinion Leader	3(3-0-6)
ENL XXX English Language (4)	3(2-2-5)
RSU XXX Group 3 - Group 8 (5)	3(x-x-x)

**Total 18 Credit**

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 3

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM 231	Creation of Contents for Digital Media	3(2-2-5)
COM 317	Introduction to Research for Communication Arts	3(3-0-6)
DCC 232	Creation of Live Program and Streaming Techniques	3(1-4-4)
DCC 341	Graphic Design for Digital Media	3(1-4-4)
XXXxxx	Professional Elective (1)	3(x-x-x)
XXXxxx	Free Elective (1)	3(x-x-x)

Total 18 Credit

#### ภาคการศึกษาที่ 2

COM 349	Communication Entrepreneurs	3(3-0-6)
XXXxxx	Professional Elective (2)	3(x-x-x)
XXXxxx	Professional Elective (3)	3(x-x-x)
XXXxxx	Professional Elective (4)	3(x-x-x)
XXXxxx	Free Elective (2)	3(x-x-x)

Total 15 Credit

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 4

#### ภาคการศึกษาฤดูร้อน

DCC 489	Internship	1(0-40-20)
		Total 1 Credits

#### ภาคการศึกษาที่ 1

DCC 342	Digital Content Creation Project	3(x-x-x)
XXXxxx	Professional Elective (5)	3(x-x-x)
		Total 6 Credit

#### ภาคการศึกษาที่ 2

DCC 492	Senior Project	5(0-10-5)
		Total 5 Credit

## แผนสภกิจการศึกษา

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 1

#### ภาคการศึกษาฤดูร้อน

RSU 111 Social Dharmacracy	2(2-0-4)
ENL XXX English Language (1)	3(2-2-5)
RSU XXX Group 3 - Group 8 (1)	3(x-x-x)

**Total 8 Credit**

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM 111 Principles and Theories of Communication	3(3-0-6)
COM 116 Language in Communication Arts	3(2-2-5)
DCC 111 Digital Media Landscape	3(3-0-6)
DCC 131 Creating and Presenting Identities via Online Sphere	3(3-0-6)
ENL XXX English Language (2)	3(2-2-5)
RSU XXX Group 3 - Group 8 (2)	3(x-x-x)
RSU 112 Sports for health	1(x-x-x)

**Total 19 Credit**

#### ภาคการศึกษาที่ 2

COM 117 Speech and Personality Development	3(2-2-5)
COM 230 Creative Thinking for Communication Arts	3(2-2-5)
DCC 221 Storytelling in Digital Media	3(3-0-6)
DCC 223 Lifestyle Content Design for Digital Media	3(2-2-5)
ENL XXX English Language (3)	3(2-2-5)
RSU XXX Group 3 - Group 8 (3)	3(x-x-x)

**Total 18 Credit**

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 2

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM 211 Communication Ethics and Law	3(3-0-6)
COM 217 Psychology of Communication	3(3-0-6)
COM 223 Creative Digital Photography for Communication	3(2-2-5)
DCC 211 Digital Media User Insight	3(2-2-5)
DCC 224 Digital Media for Social Movement	3(3-0-6)
RSU XXX Group 3 - Group 8 (4)	3(x-x-x)

**Total 18 Credit**

#### ภาคการศึกษาที่ 2

COM 227 Intercultural Communication	3(2-2-5)
COM 228 Audience Analysis in Digital Era	3(3-0-6)
DCC 242 Production and Post-Production Workshop for Digital Media	3(1-4-4)
DCC 231 Online Key Opinion Leader	3(3-0-6)
ENL XXX English Language (4)	3(2-2-5)
RSU XXX Group 3 - Group 8 (5)	3(x-x-x)

**Total 18 Credit**

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 3

#### ภาคการศึกษาที่ 1

COM 231	Creation of Contents for Digital Media	3(2-2-5)
COM 317	Introduction to Research for Communication Arts	3(3-0-6)
DCC 232	Creation of Live Program and Streaming Techniques	3(1-4-4)
DCC 341	Graphic Design for Digital Media	3(1-4-4)
XXXxxx	Professional Elective (1)	3(x-x-x)
XXXxxx	Free Elective (1)	3(x-x-x)

Total 18 Credit

#### ภาคการศึกษาที่ 2

COM 349	Communication Entrepreneurs	3(3-0-6)
XXXxxx	Professional Elective (2)	3(x-x-x)
XXXxxx	Professional Elective (3)	3(x-x-x)
XXXxxx	Professional Elective (4)	3(x-x-x)
XXXxxx	Free Elective (2)	3(x-x-x)

Total 15 Credit

### แผนการศึกษา ชั้นปีที่ 4

#### ภาคการศึกษาที่ 1

DCC 342	Digital Content Creation Project	3(x-x-x)
XXXxxx	Professional Elective (5)	3(x-x-x)

Total 6 Credit

#### ภาคการศึกษาที่ 2

FWD 493	Cooperative Education	6(0-40-20)
---------	-----------------------	------------

Total 6 Credit





## คำอธิบายรายวิชา

## วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

---

### COMMUNICATION ARTS

#### รายวิชาพื้นฐานวิชาชีพ

---

- COM 111 **หลักและทฤษฎีการสื่อสาร** 3(3-0-6)  
(Principles and Theories of Communication)  
แนวคิดและแบบจำลองการสื่อสารและการสื่อสารมวลชน ลักษณะการสื่อสารมวลชน ทฤษฎีสื่อใหม่ องค์การสื่อและการเป็นเจ้าของ เนื้อหาของสื่อ ทฤษฎีผู้รับสาร ผลกระทบของสื่อ และการสื่อสารมวลชนโลก
- COM 116 **ภาษาในงานนิเทศศาสตร์** 3(2-2-5)  
(Language in Communication Arts)  
ทักษะการอ่าน ทักษะการเขียน การใช้ภาษาในงานนิเทศศาสตร์ ฝึกการใช้ภาษาให้เหมาะสมกับรูปแบบของแพลตฟอร์ม ช่องทางการสื่อสารต่างๆ ทั้งสื่อออนไลน์ออฟไลน์ และใช้ภาษาให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย
- COM 117 **วาทศิลป์และการพัฒนาบุคลิกภาพ** 3(2-2-5)  
(Speech and Personality Development)  
หลักการพูดตามแนวทางวาทศาสตร์ และการพัฒนาบุคลิกภาพขั้นพื้นฐาน การวิเคราะห์ผู้ฟัง การเลือกประเด็นเนื้อหา การเตรียมความพร้อมในการพูดสำหรับงานนิเทศศาสตร์และการนำเสนอในรูปแบบต่างๆ รวมทั้งศิลปะการเจรจาต่อรอง และการประเมินการพูด
- COM 211 **จริยธรรมและกฎหมายการสื่อสาร** 3(3-0-6)  
(Communication Ethics and Law)  
หลักจริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานของสื่อมวลชน จรรยาบรรณวิชาชีพการสื่อสาร สิทธิและเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นของมนุษย์ กฎหมายว่าด้วยความผิดฐานหมิ่นประมาท ดูหมิ่น การละเมิดต่อชื่อเสียง กฎหมายลิขสิทธิ์ กฎหมายเฉพาะด้านที่เกี่ยวข้องกับกิจการสื่อมวลชน พระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กฎหมายการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์

- COM 217 **จิตวิทยาการสื่อสาร** 3(3-0-6)  
(Psychology of Communication)  
การสื่อสารของมนุษย์ ความสำคัญของการรับรู้ การเรียนรู้ทางการสื่อสาร พฤติกรรมและบุคลิกภาพของผู้รับสาร แนวคิดและทฤษฎีจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสาร การใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร ตลอดจนการประยุกต์ใช้เพื่อการสื่อสารในสถานการณ์ต่างๆ
- COM 223 **การถ่ายภาพดิจิทัลเชิงสร้างสรรค์เพื่อการสื่อสาร** 3(2-2-5)  
(Creative Digital Photography for Communication)  
แนวคิดเชิงสร้างสรรค์เพื่อการถ่ายภาพ หลักการถ่ายภาพดิจิทัล การจัดแสงและการควบคุมแสง เพื่อประกอบการถ่ายภาพ การเลือกใช้เลนส์ประเภทต่างๆ การจัดองค์ประกอบภาพ การถ่ายภาพประเภทต่างๆ และเทคนิคการตกแต่งภาพเพื่อเน้นการสื่อความหมาย
- COM 227 **การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม** 3(3-0-6)  
(Intercultural Communication)  
ความหมาย ความสำคัญ และบทบาทของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม อิทธิพลและองค์ประกอบทางเศรษฐกิจ การเมือง สังคม วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของประชาคมโลก กระบวนการเข้าสู่วัฒนธรรมใหม่ และการปรับตัว อุปสรรคและประสิทธิภาพของการสื่อสารต่างวัฒนธรรม
- COM 228 **การวิเคราะห์ผู้รับสารในยุคดิจิทัล** 3(3-0-6)  
(Audience Analysis in Digital Era)  
แนวคิดและหลักการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้รับสาร ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้รับสาร การวิเคราะห์ลักษณะเบื้องต้นและวิเคราะห์แนวโน้มพฤติกรรมผู้รับสาร การใช้เทคโนโลยีที่จะช่วยให้รับรู้เรื่องราวเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้รับสารจากโลกออนไลน์ และการประยุกต์ความรู้ด้านพฤติกรรมผู้รับสารมาใช้ประโยชน์ในงานนิเทศศาสตร์
- COM 230 **การคิดเชิงสร้างสรรค์เพื่องานนิเทศศาสตร์** 3(2-2-5)  
(Creative Thinking for Communication Arts)  
หลักการ แนวคิด และทฤษฎีด้านการคิดเชิงสร้างสรรค์ กระบวนการ เทคนิค กลวิธีการคิดเชิงสร้างสรรค์ การกำหนดโจทย์การสร้างสรรค์ การออกแบบความคิด การนำเสนอแนวคิดการสร้างสรรค์ รวมถึงศึกษาจากกรณีศึกษาเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์ในงานนิเทศศาสตร์

- COM 231 การสร้างสรรค์เนื้อหาเพื่อสื่อดิจิทัล 3(2-2-5)  
(Creation of Contents for Digital Media)  
พฤติกรรมกรรมการสื่อสารในยุคดิจิทัล การสืบค้นและรวบรวมสารสนเทศ วิเคราะห์และสังเคราะห์  
สารสนเทศ การออกแบบและผลิตเนื้อหา เทคนิคการนำเสนอและเผยแพร่ผ่านช่องทางการสื่อสารดิจิทัลที่  
เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
- COM 317 การวิจัยเบื้องต้นทางนิเทศศาสตร์ 3(3-0-6)  
(Introduction to Research for Communication Arts)  
หลักการเบื้องต้นในกระบวนการแสวงหาความรู้และข้อมูลอย่างเป็นระบบเชื่อถือได้ ด้วยเทคนิค  
และวิธีวิทยาการวิจัยแบบต่าง ๆ การนำเสนอผลงานวิจัย การอ่านและสรุปประเด็นจากรายงานการวิจัย และ  
การนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์เพื่องานนิเทศศาสตร์
- COM 349 ผู้ประกอบการด้านการสื่อสาร 3(3-0-6)  
(Communication Entrepreneurs)  
หลักการ แนวคิดการจัดการสำหรับผู้ประกอบการในธุรกิจสื่อประเภทต่าง ๆ การจัดการนวัตกรรม  
การสื่อสาร การบริหารโครงการและธุรกิจด้านการสื่อสาร ลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการด้านการสื่อสาร  
การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและโอกาสทางธุรกิจ การเตรียมการสำหรับการจัดตั้งธุรกิจด้านการสื่อสาร  
จริยธรรมของผู้ประกอบการ

## สาขาวิชาการโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์

### (Advertising and Creative Media)

#### วิชาซีพบังคับ

- ADM 150 ความรู้เบื้องต้นทางการโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์** 3(3-0-6)  
(Introduction to Advertising and Creative Media)  
ความเข้าใจเกี่ยวกับการโฆษณา และสื่อสร้างสรรค์ ในประเด็นเกี่ยวกับ ความหมาย บทบาท หน้าที่ อิทธิพลของการโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์ ประเภทและประสิทธิภาพของสื่อโฆษณาดิจิทัลประเภทต่างๆ หน้าที่ ประเภท สภาพการณ์ และการให้บริการของ บริษัทตัวแทนโฆษณา และองค์กรในห่วงโซ่อุปทาน ธุรกิจโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์ การวางแผนงานโฆษณา การสร้างสรรค์งานโฆษณา
- ADM 153 การวิเคราะห์ผู้บริโภคเชิงลึก** 3(3-0-6)  
(Consumer Insight Analysis)  
ความหมาย ลักษณะทั่วไปและการแบ่งกลุ่มผู้บริโภค ทฤษฎี/แนวคิดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค การวิเคราะห์ผู้บริโภคจากปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อเส้นทางการตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมการบริโภคและกลุ่มผู้บริโภคยุคใหม่ที่มีลักษณะการทำงานและความสามารถหลากหลายด้าน การประยุกต์ใช้ความรู้ที่เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคไปเพื่อการสร้างสรรค์งานโฆษณาอย่างเหมาะสม
- ADM 156 การออกแบบทัศนสารดิจิทัลเพื่องานโฆษณา** 3(2-2-5)  
(Digital Visual Design for Advertising)  
ประวัติ หลักการ แนวคิดการออกแบบกราฟิก การใช้ภาพและตัวอักษรในการสื่อความหมายในการโฆษณา การนำคอมพิวเตอร์มาประยุกต์ใช้ในงานออกแบบกราฟิก การจัดองค์ประกอบและการใช้สีในการสร้างสรรค์กราฟิกด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ในสื่อโฆษณาประเภทต่างๆ
- ADM 259 การโฆษณาในสื่อดิจิทัล\*\*** 3(3-0-6)  
(Advertising in Digital Media)  
วิชาบังคับก่อน : ADM 150 ความรู้เบื้องต้นทางการโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์  
ADM 153 การวิเคราะห์ผู้บริโภคเชิงลึก  
ศึกษาบทบาทและความสำคัญของการโฆษณาดิจิทัลในบริบทสมัยใหม่ เทคโนโลยีและนวัตกรรมสื่อที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา ลักษณะและองค์ประกอบของสื่อดิจิทัลที่ใช้ในการโฆษณา การเลือกใช้เครื่องมือและเทคนิคให้สอดคล้องกับคุณลักษณะของสื่อดิจิทัลเพื่อการโฆษณา จริยธรรม กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการนำข้อมูลของผู้บริโภคไปใช้เพื่อการสร้างสรรค์งานโฆษณาในลักษณะสื่อสารเฉพาะบุคคลรวมทั้งเครื่องมือในการวิเคราะห์และวัดผลการโฆษณาในสื่อดิจิทัล (\*\*รายวิชาที่จัดการเรียนการสอนเป็นภาษาอังกฤษ)

- ADM 260 การออกแบบและผลิตงานโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์** 3(2-2-5)  
(Advertising and Creative Media Design and Production)  
วิชาบังคับก่อน : ADM 150 ความรู้เบื้องต้นทางการโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์  
แนวคิด การพัฒนากลยุทธ์การสร้างสรรคงานโฆษณา กระบวนการการออกแบบและผลิตงานโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์วิเคราะห์พฤติกรรมกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ครอบคลุมสื่อดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์ รวมถึงการวิเคราะห์ เปรียบเทียบ คุณลักษณะสื่อโฆษณาแต่ละประเภท การประเมินค่าผลงานสร้างสรรค์สื่อโฆษณาที่ทดลองฝึกปฏิบัติและกรณีศึกษางานโฆษณาที่น่าสนใจ
- ADM 261 การสร้างสรรค์เนื้อหาเพื่อการโฆษณา** 3(2-2-5)  
(Advertising Content Creation)  
วิชาบังคับก่อน : ADM 150 ความรู้เบื้องต้นทางการโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์  
ADM 153 การวิเคราะห์ผู้บริโภคเชิงลึก  
บทบาทและความสำคัญของความคิดสร้างสรรค์ในอุตสาหกรรมโฆษณา แนวคิดเรื่องการสร้างสรรคเนื้อหาเพื่อการโฆษณา ความเข้าใจถึงขอบเขตของการสร้างสรรค์เนื้อหาสารโฆษณา ฝึกปฏิบัติการสร้างสรรค์เนื้อหาทั้งวีจันสารและอวีจันสารด้วยเทคนิคและรูปแบบต่างๆ สำหรับสื่อหลากหลายประเภท ทั้งสื่อออฟไลน์แบบดั้งเดิม สื่อออนไลน์ และสื่อสร้างสรรค์อื่นๆ โดยสอดคล้องกับโจทย์การตลาด สินค้าและบริการ รวมถึงลักษณะเฉพาะของกลุ่มเป้าหมาย
- ADM 350 การโฆษณาผ่านสื่อครบวงจร** 3(2-2-5)  
(Omni-channel Advertising)  
วิชาบังคับก่อน : ADM 150 ความรู้เบื้องต้นทางการโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์  
ADM 153 การวิเคราะห์ผู้บริโภคเชิงลึก  
สถานการณ์ด้านการสร้างสรรค์งานโฆษณาในความเปลี่ยนแปลงของภูมิทัศน์และระบบนิเวศสื่อยุคปัจจุบัน แนวโน้มการเปลี่ยนผ่านสู่ยุคดิจิทัล แนวคิดและกรณีศึกษาเกี่ยวกับการโฆษณาที่เชื่อมโยงสื่อหลายช่องทางแบบครบวงจร การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการแก้ปัญหาเชิงสร้างสรรค์ในงานโฆษณา ฝึกปฏิบัติการสร้างสรรค์สื่อผสมผสานหลายรูปแบบ การพัฒนาแนวคิดและการออกแบบการสื่อสารงานโฆษณาแบบครบวงจรภายใต้โจทย์และบริบทเฉพาะสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย
- ADM 352 การวางแผนสื่อโฆษณา** 3(3-0-6)  
(Advertising Media Planning)  
วิชาบังคับก่อน : ADM 150 ความรู้เบื้องต้นทางการโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์  
ADM 153 การวิเคราะห์ผู้บริโภคเชิงลึก  
บทบาท และความสำคัญของสื่อโฆษณา ความเปลี่ยนแปลงของสื่อโฆษณาประเภทต่างๆ และ



รูปแบบการสื่อสารออนไลน์ รวมไปถึงการศึกษาข้อมูลขนาดใหญ่ เพื่อการวิเคราะห์เชิงคาดการณ์ในตลาด ความต้องการของผู้บริโภค และข้อมูลอื่นๆ เพื่อนำไปสู่การวางแผนเลือกใช้สื่อที่มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และแผนงานโฆษณาและสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค

**ADM 354 การวิจัยและพัฒนาเพื่อการโฆษณา 3(3-0-6)**

**(Advertising Research and Development)**

วิชาบังคับก่อน : ADM 150 ความรู้เบื้องต้นทางการโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์

ADM 153 การวิเคราะห์ผู้บริโภคเชิงลึก

หลักการ ความสำคัญและความจำเป็นของงานวิจัยเพื่อการโฆษณา ระเบียบวิธีการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล หลักการสถิติและเทคนิคต่าง ๆ ของการวิจัยโฆษณา นำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนางานโฆษณา โดยมีการทดลองปฏิบัติงานวิจัยกับกรณีศึกษาจริง ได้แก่ การทดสอบชิ้นงานโฆษณา การวิเคราะห์การรณรงค์การโฆษณา การวิเคราะห์ตลาดและผู้รับสารเป้าหมาย การประเมินประสิทธิผลงานโฆษณา ตลอดจนวิธีการนำเสนอผลการวิจัย

**ADM 451 การจัดการธุรกิจโฆษณา 3(3-0-6)**

**(Advertising Business Management)**

วิชาบังคับก่อน : ผ่านการศึกษาในกลุ่มวิชาซีพอย่างน้อย 27 หน่วยกิตหรือโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการสาขาวิชา (เฉพาะนักศึกษาสาขาวิชาการโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์เท่านั้น)

ศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจและวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมโฆษณา ตั้งแต่ผู้ผลิตสินค้า บริษัทตัวแทนโฆษณา บริษัทผู้ผลิตงานโฆษณา บริษัทวิจัย บริษัทดำเนินงานด้านกิจกรรมทางการตลาด ดิจิทัลเอเจนซี สตาร์ทอัพ รวมถึงฟรีแลนซ์และบริษัทที่จัดการด้านการสื่อสารออนไลน์ ตลอดจนกระบวนการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับผู้ผลิตงานโฆษณาในสื่อต่าง ๆ อาทิ โครงสร้างองค์กรในอุตสาหกรรมโฆษณา การคิดงบประมาณ ประเภทของลูกค้า รวมถึงความเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมโฆษณาแยกออกมาเป็นกลุ่มธุรกิจเฉพาะทางมากขึ้น

**ADM 453 การนำเสนอขายงานโฆษณาอย่างมืออาชีพ 3(3-0-6)**

**(Professional Advertising Pitching)**

วิชาบังคับก่อน : ADM 489 การฝึกงานวิชาชีพ และผ่านการศึกษาในกลุ่มวิชาซีพอย่างน้อย 27 หน่วยกิตหรือโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการสาขาวิชา (เฉพาะนักศึกษาสาขาวิชาการโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์เท่านั้น)

แนวคิดและเทคนิคในการนำเสนอขายงานโฆษณาตามวัตถุประสงค์ต่างๆ ด้วยการเรียนรู้กระบวนการเตรียมความพร้อมทั้งในด้านทักษะตัวบุคคล เนื้อหา รวมไปถึงเทคนิคและวิธีการนำเสนอ อาทิ การเตรียมข้อเสนอ เครื่องมือการนำเสนอ การเตรียมตัวเพื่อตอบคำถาม เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์คือการขายงานโฆษณาได้อย่างมืออาชีพและมีประสิทธิภาพ

**ADM 489 การฝึกงานวิชาชีพ\*** 1(0-40-20)  
(Internship)

วิชาบังคับก่อน : ผ่านการศึกษากลุ่มวิชาชีพไม่น้อยกว่า 39 หน่วย

การฝึกงานในหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในสาขาวิชาชีพโฆษณาและที่เกี่ยวข้อง เพื่อเรียนรู้ และหาประสบการณ์วิชาชีพ โดยอยู่ในการควบคุมและประเมินผลของคณะกรรมการไม่น้อยกว่า 8 สัปดาห์

**ADM 492 ปรินญานิพนธ์\*** 5(0-10-5)  
(Senior Project)

วิชาบังคับก่อน : ADM 489 การฝึกงานวิชาชีพ และต้องผ่านการศึกษาในกลุ่มวิชาชีพไม่น้อยกว่า 40 หน่วยกิต (เฉพาะนักศึกษาสาขาวิชาการโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์เท่านั้น)

การนำเสนอโครงการปรินญานิพนธ์ในหัวข้อที่นักศึกษาสนใจหรือผู้บริโภคสินค้า และสอดคล้องกับหลักสูตรสาขาวิชาการโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์ เช่น การค้นคว้าวิจัยด้านการโฆษณา การผลิตผลงานโฆษณาการตลาด ในประเด็นหรือปัญหาที่น่าสนใจ โดยอยู่ภายใต้การกำกับดูแลและประเมินผลของคณะกรรมการสาขาวิชา

**ADM 493 สหกิจศึกษา\*** 6(0-40-20)  
(Cooperative Education)

วิชาบังคับก่อน : ผ่านการศึกษากลุ่มวิชาชีพไม่น้อยกว่า 48 หน่วยกิต หรือโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการสาขาวิชา (เฉพาะนักศึกษาสาขาวิชาการโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์เท่านั้น)

นักศึกษาปฏิบัติงานกับองค์กรธุรกิจเอกชน รัฐวิสาหกิจ องค์กรภาครัฐ หรือสถานประกอบการทางวิชาชีพด้านการโฆษณา เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 16 สัปดาห์ เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพและมีความสามารถในการประกอบวิชาชีพภายใต้การเตรียมความพร้อม มีการจัดระบบติดตามประเมินผลในรูปแบบสหกิจศึกษา โดยนักศึกษามีฐานะเป็นพนักงานชั่วคราว ภายหลังจากปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ต้องเสนอผลสำเร็จของงานเพื่อรับการประเมินผล โดยวิธีการหรือรูปแบบที่สถาบันการศึกษา คณะ และ/หรือ สาขาวิชาการโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์กำหนด เช่น การประชุมสัมมนา การนำเสนอผลงานพร้อมเอกสารประกอบ หรือเชิญผู้ทรงคุณวุฒิจากภายนอกหรือผู้แทนจากสถานประกอบการมาแสดงความคิดเห็นร่วมกับคณะกรรมการของสาขาวิชา เพื่อเปิดโอกาสให้นักศึกษาแสดงศักยภาพในเชิงบูรณาการที่สะท้อนถึงความเข้าใจในวิชาชีพโฆษณา



## รายวิชาซีพี-เลือก

ให้นักศึกษาเลือกเรียนจากกลุ่มวิชาใดก็ได้ 5 รายวิชา จากรายวิชาดังต่อไปนี้ หรือเลือกศึกษารายวิชาอื่นๆ ที่เป็นรายวิชาซีพีเลือกที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยรังสิต ทั้งนี้โดยความเห็นชอบจากคณะกรรมการสาขา

**ADM 233 การผลิตวีดิทัศน์และภาพเคลื่อนไหวเพื่องานโฆษณา** 3(2-2-5)  
(Commercial Video and Motion Graphic Production)

กระบวนการและขั้นตอนในการผลิตงานโฆษณา ทักษะและประสบการณ์วิชาชีพ เครื่องมือ การฝึกปฏิบัติผลิตงานโฆษณาทางสื่อภาพเคลื่อนไหว ภาพยนตร์โฆษณาโทรทัศน์ และสื่อดิจิทัลอื่น ๆ

**ADM 253 การพัฒนาผู้มีอิทธิพลทางความคิดเพื่อการโฆษณา\*\*** 3(3-0-6)  
(Key Opinion Leader Development for Advertising)

ความหมายและลักษณะของบุคคลที่เป็นผู้มีอิทธิพลทางความคิด ลักษณะของกลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลทางสังคม ประเภทของผู้มีอิทธิพลทางความคิด บทบาทของผู้มีอิทธิพลทางความคิดต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค การเลือกใช้ การพัฒนาและการใช้ประโยชน์จากผู้มีอิทธิพลทางความคิดในการรณรงค์เพื่อการโฆษณา กรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนแนวโน้มของการใช้ผู้มีอิทธิพลทางความคิดเพื่อการโฆษณา (รายวิชาที่จัดการเรียนการสอนเป็นภาษาอังกฤษ)

**ADM 257 การกำกับศิลป์ในงานโฆษณา** 3(2-2-5)  
(Advertising Art Direction)

วิชาบังคับก่อน : ADM 150 ความรู้เบื้องต้นทางการโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์  
แนวคิดและความเข้าใจเรื่องศิลปะและการออกแบบเพื่อการสื่อสาร บทบาทและความสำคัญของศิลปะในการสร้างสรรค์งานโฆษณา เรียนรู้กรณีศึกษาด้านศิลปะในการสร้างสรรค์โฆษณา การวิเคราะห์โจทย์สำหรับนักสร้างสรรค์ ผู้กำกับศิลป์ และนักออกแบบ เทคนิคและรูปแบบเชิงพาณิชย์ศิลป์ในอุตสาหกรรมโฆษณาและธุรกิจสร้างสรรค์ต่างๆ ฝึกปฏิบัติงานกำกับศิลป์สำหรับสื่อโฆษณาประเภทต่างๆ การวิจารณ์และประเมินผลงานออกแบบโฆษณา การศึกษาและสังเกตการณ์งานสร้างสรรค์กำกับศิลป์นอกสถานที่

**ADM 356 การสื่อสารข้อมูลด้วยภาพ** 3(2-2-5)  
(Data Visualization)

วิชาบังคับก่อน : ADM 156 การออกแบบทัศนสารดิจิทัลเพื่องานโฆษณา  
แนวคิด หลักการ กระบวนการเก็บข้อมูล การจัดการข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล ศาสตร์และศิลป์ของการเล่าเรื่องของข้อมูล และการฝึกปฏิบัติด้านสื่อสารด้วยภาพ เทคนิคการสร้างสรรค์ข้อมูลเชิงภาพเพื่อการโฆษณา การนำเสนอข้อมูลด้วยการออกแบบอินโฟกราฟิกรูปแบบต่างๆ

- ADM 357 การสื่อสารผ่านบรรจุภัณฑ์** 3(2-2-5)  
(Packaging Communication)  
วิชาบังคับก่อน : ADM 156 การออกแบบทัศนสารดิจิทัลเพื่องานโฆษณา  
แนวคิด หลักการ เทคนิคการสร้างสรรควิธีสื่อสารความหมายเพื่อการโฆษณาผ่านการออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบต่างๆ รวมถึงการนำเสนอบรรจุภัณฑ์ ณ จุดขาย
- ADM 358 การถ่ายภาพเพื่อการโฆษณา** 3(2-2-5)  
(Advertising Photography)  
วิชาบังคับก่อน : COM 223 การถ่ายภาพดิจิทัลเพื่อการสื่อสาร หรือได้รับการอนุมัติจาก  
คณะกรรมการสาขาวิชา  
หลักการสร้างสรรค์ผลงานภาพถ่ายเพื่องานโฆษณา อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องและวิธีการใช้งาน  
กระบวนการและเทคนิคในการถ่ายภาพรูปแบบต่าง ๆ เช่น ภายในสตูดิโอ และกลางแจ้ง ภาพสินค้า และ  
ภาพผู้แสดงแบบ การตกแต่งภาพด้วยคอมพิวเตอร์ เป็นต้น รวมถึงการประเมินคุณภาพของผลงานภาพถ่าย  
สำหรับใช้ในงานโฆษณา
- ADM 362 เทคนิคและปฏิบัติการในกิจกรรมสร้างสรรค์** 3(3-0-6)  
(Creative Event Technique and Practice)  
แนวคิดและเทคนิคในการจัดกิจกรรมพิเศษต่าง ๆ การวางแผน การเลือกใช้และสร้างสรรค์รูปแบบ  
กิจกรรมและเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมพิเศษได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงฝึกปฏิบัติใน  
การออกแบบ สร้างสรรค์ และควบคุมกิจกรรมพิเศษให้เป็นไปตามแผนงาน
- ADM 363 แอดเวอร์เทนเมนต์\*\*** 3(3-0-6)  
(Advertainment)  
การสร้างสรรค์รูปแบบการโฆษณาโดยใช้ความบันเทิง อาทิ ภาพยนตร์โฆษณาเชิงนวนิยาย  
วิทยาศาสตร์ ภาพยนตร์โฆษณาที่แต่งขึ้นจากเรื่องจริง การใช้เพลง ผู้มีอิทธิพลทางความคิด และเกม รวมถึง  
กิจกรรมออนไลน์เพื่อการโฆษณา กีฬา คอสเพลย์ แพลตฟอร์ม และ การเดินทูลรูป เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมกับ  
ผู้บริโภคผ่านสื่อที่หลากหลายแบบไร้รอยต่อ (\*\*รายวิชาที่จัดการเรียนการสอนเป็นภาษาอังกฤษ)

## สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัลและแบรนด์ดิ้ง (Digital Marketing Communication and Branding)

### วิชาชีพบังคับ

- IMC 112    **การสร้างและสื่อสารแบรนด์เบื้องต้น**    3(3-0-6)  
(Introduction to Branding and Brand Communication)  
ความหมาย แนวคิด และองค์ประกอบพื้นฐานเกี่ยวกับแบรนด์ รวมทั้งเอกลักษณ์แบรนด์และ  
ภาพลักษณ์แบรนด์ การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่งแบรนด์ เพื่อใช้  
ในการสื่อสารแบรนด์อย่างมีประสิทธิภาพ
- IMC 213    **การวิจัยแบรนด์และสื่อสารการตลาดดิจิทัล**    3(3-0-6)  
(Brand and Digital Marketing Communication Research)  
แนวคิด หลักการ ประเภท ความสำคัญ กระบวนการ ระเบียบวิธีวิจัยแบรนด์และสื่อสารการ  
ตลาดดิจิทัล การวิเคราะห์ข้อมูล และการรายงานผลการวิจัย ปฏิบัติการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพเพื่อ  
ศึกษากลยุทธ์การสื่อสารแบรนด์ ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารการตลาดกับพฤติกรรมเลือกแบรนด์ของ  
ผู้บริโภคจากกรณีศึกษาที่น่าสนใจ การนำผลวิจัยไปใช้ในการวางแผนสื่อสารแบรนด์ ประเมินประสิทธิภาพ  
และประสิทธิผลการสื่อสารแบรนด์ภายใต้การสื่อสารยุคดิจิทัล
- IMC 214    **การวางแผนสื่อสารการตลาดดิจิทัลและแบรนด์ดิ้งเชิงกลยุทธ์**    3(3-0-6)  
(Digital Marketing Communication Planning and Strategic Branding)  
ความหมายและความสำคัญของการวางแผนการสื่อสารการตลาดดิจิทัลและการสื่อสารแบรนด์  
เชิงกลยุทธ์ องค์ประกอบของแผนและกระบวนการวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดดิจิทัลและการสื่อสาร  
แบรนด์ การประเมินผลแผนการสื่อสารการตลาดดิจิทัลและการวัดประสิทธิภาพแบรนด์
- IMC 215    **การสื่อสารแบรนด์เชิงความสัมพันธ์**    3(3-0-6)  
(Relationship Branding Communication)  
แนวคิด ความหมาย และความสำคัญของการสื่อสารแบรนด์เชิงความสัมพันธ์ การวางแผน  
การสื่อสารแบรนด์เชิงความสัมพันธ์ การใช้การสื่อสารการตลาดเชิงความสัมพันธ์ในการสร้างคุณค่าแบรนด์  
ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค การสร้างความรักในแบรนด์ รวมทั้งการใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาด  
เชิงความสัมพันธ์ในสถานการณ์ต่างๆ

- IMC 219 **การสื่อสารประสบการณ์แห่งแบรนด์ในโลกดิจิทัล** 3(3-0-6)  
(Digital Brand Experience Communication)  
ความหมายของประสบการณ์แห่งแบรนด์และการสื่อสารประสบการณ์แห่งแบรนด์บนโลกดิจิทัล  
แบบจำลองประสบการณ์การสัมผัสแบรนด์ จุดติดต่อและจุดสัมผัสแบรนด์บนโลกดิจิทัล การสร้างการเชื่อม  
ต่อด้านอารมณ์ความรู้สึกกับแบรนด์ และการสื่อสารเพื่อส่งมอบประสบการณ์แห่งแบรนด์ผ่าน omnichannel  
การประเมินประสิทธิภาพการสื่อสารประสบการณ์แห่งแบรนด์
- IMC 220 **การสร้างสรรค์เรื่องเล่าตราสินค้า** 3(3-0-6)  
(Creative Brand Storytelling)  
แนวคิด องค์ประกอบ และบทบาทการเล่าเรื่องที่มีต่อการสื่อสารตราสินค้า การศึกษา และ  
วิเคราะห์ข้อมูล เพื่อนำไปสู่การสร้างเรื่องเล่าตราสินค้าที่มีเอกลักษณ์ผ่านหลากหลายช่องทางเน้นการวิเคราะห์  
กรณีศึกษาและการนำผลการวิจัยมาประยุกต์ใช้
- IMC 310 **การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดเพื่อการสร้างแบรนด์** 3(3-0-6)  
(Marketing Data Analysis for Branding)  
ความหมาย ประเภท ความสำคัญ แนวคิดการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด ปฏิบัติการวิเคราะห์  
ข้อมูลเพื่อค้นหารูปแบบและความสัมพันธ์ในชุดข้อมูล ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ และเครื่องมือวิเคราะห์  
ข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์ การแปลความหมาย การนำผลการวิเคราะห์ไปใช้เพื่องานสร้างแบรนด์ยุคดิจิทัล
- IMC 315 **การจัดการสื่อใหม่เพื่อสื่อสารการตลาดและแบรนด์ดีัง** 3(3-0-6)  
(New Media Management for Marketing Communication and Branding)  
แนวคิด ความหมาย และความสำคัญเกี่ยวกับสื่อใหม่ ความรู้เกี่ยวกับการจัดการสื่อสารแบรนด์  
ผ่านการตลาดออนไลน์ เช่น การทำ search engine optimization การทำ real time marketing การใช้ผู้มี  
อิทธิพลทางการตลาดเพื่อสื่อสารแบรนด์ รวมทั้งการออกแบบสวาร์ในการสื่อสารการตลาดออนไลน์เพื่อการ  
มีส่วนร่วมของผู้บริโภค
- IMC 316 **การสร้างสรรค์เอกลักษณ์แบรนด์** 3(3-0-6)  
(Brand Identity Creation)  
ความหมาย ประเภทและความสำคัญของเอกลักษณ์แบรนด์ หลักการออกแบบเอกลักษณ์  
แบรนด์ การวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ผู้บริโภค การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ การวิเคราะห์ตลาดเพื่อการ  
ออกแบบแบรนด์ การกำหนดตำแหน่งของแบรนด์ การกำหนดบุคลิกภาพของแบรนด์ การออกแบบเอกลักษณ์  
แบรนด์ด้วยข้อมูล การสร้างคู่มือแบรนด์ การสร้างแบรนด์พอร์ตโฟลิโอ การปรับภาพลักษณ์แบรนด์ และการ  
ประเมินผล เน้นศึกษากรณีศึกษาปัจจุบันและการประยุกต์หลักการเพื่อการออกแบบเอกลักษณ์แบรนด์

- IMC 317 การสื่อสารการตลาดเพื่อสังคม (Social Marketing Communication) 3(3-0-6)**  
การเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาของแนวคิดทางการสื่อสารการตลาดและการสื่อสารแบรนด์ที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม องค์กรประกอบสำคัญของการพัฒนากลยุทธ์ทางการสื่อสารการตลาดและการสื่อสารแบรนด์เพื่อสังคม ปัจจัยส่งเสริมและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค
- IMC 490 การเสวนาและประชุมเชิงปฏิบัติการพัฒนาอาชีพสื่อสารการตลาด (Marketing Communications Careers Simulation and Career Track) 3(2-2-5)**  
พัฒนาผู้เรียนเข้าสู่อาชีพนักสื่อสารการตลาด เน้นประสบการณ์การทำงานจริงและการเสวนาประชุมเชิงปฏิบัติการ อบรม โดยผู้เรียนจะต้องรับโจทย์งานจากผู้ว่าจ้างหรือองค์กรภายนอกที่ให้การสนับสนุนหรือร่วมมือกับมหาวิทยาลัยรังสิตในการผลิตหรือสร้างสรรค์ผลงานสื่อสารการตลาดร่วมกัน และเผยแพร่ผลงานนั้นสู่สื่อสาธารณะตามที่ผู้ว่าจ้างกำหนด
- IMC 489 การฝึกงานวิชาชีพ\* (Internship) 1(0-40-20)**  
หมายเหตุ : เฉพาะนักศึกษาสาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัลและแบรนด์ติ้งเท่านั้น ต้องผ่านการศึกษากลุ่มวิชาชีพ ไม่น้อยกว่า 21 หน่วยกิต มีระยะเวลาในการฝึกงาน วิชาชีพ ไม่น้อยกว่า 8 สัปดาห์ หรือโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการสาขา  
เมื่อนักศึกษาได้ศึกษารายวิชาต่างๆ จำนวนหนึ่งแล้ว นักศึกษาจะต้องออกไปฝึกงานตามสถาบันหรือหน่วยงานวิชาชีพต่างๆ ตามความสนใจและสอดคล้องกับสาขาวิชาที่ศึกษาโดยอยู่ในความควบคุมและประเมินผลของสาขา
- IMC 492 ปรินิพนธ์\* (Senior Project) 5(0-10-5)**  
หมายเหตุ : เฉพาะนักศึกษาสาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัลและแบรนด์ติ้งเท่านั้น ต้องผ่านการศึกษากลุ่มวิชาชีพ ไม่น้อยกว่า 21 หน่วยกิตหรือ โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการสาขา  
ผลิตปรินิพนธ์ตามแนววิชาชีพสื่อสารการตลาดนำเสนอผลงานและรับการประเมินผลจากคณะกรรมการของสาขาก่อนจบการศึกษา

IMC 493 **สหกิจศึกษา\*** 6(0-40-20)  
(Cooperative Education)

หมายเหตุ : เฉพาะนักศึกษาสาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัลและแบรนด์ดิ้งเท่านั้น  
ต้องผ่านการศึกษากลุ่มวิชาชีพ ไม่น้อยกว่า 21 หน่วยกิต หรือ โดยความเห็นชอบจากคณะกรรมการสาขาวิชา  
ปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการทางวิชาชีพการสื่อสารการตลาด เป็นเวลาไม่น้อยกว่า  
16 สัปดาห์ และนำเสนอผลงานพร้อมเอกสารประกอบ ภายใต้การดูแลของคณะกรรมการสหกิจศึกษาของ  
สาขาและสถานประกอบการ

**รายวิชาชีพเลือก**

IMC 111 **หลักการตลาดและการสื่อสารการตลาดดิจิทัล** 3(3-0-6)  
(Principles of Marketing and Digital Marketing Communication)

แนวคิด กลยุทธ์ หลักการตลาดและการตลาดออนไลน์ ประเภทของสื่อและสื่อออนไลน์ ผู้บริโภค  
เป้าหมายทางการตลาดในยุคดิจิทัล การสร้างและสื่อสารแบรนด์ การสื่อสารการตลาดบนเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก  
ทวิตเตอร์ ยูทูบ และ แอปพลิเคชันไลน์ ดิจิทัลคอนเทนต์ และอินสตาแกรม การวิเคราะห์กระบวนการสื่อสารการ  
ตลาดตามวัตถุประสงค์การสื่อสารการตลาด เพื่อประยุกต์ใช้ตามสถานการณ์การตลาดจริงในองค์กรธุรกิจ  
และสังคมในยุคดิจิทัล โดยใช้กรณีศึกษา การวิเคราะห์สถานการณ์ การวางแผน การนำไปปฏิบัติและ  
การประเมินประสิทธิผลของแผนงาน

IMC 113 **วิถีชีวิตและเส้นทางพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล \*\*** 3 (3-0-6)  
(Lifestyle and Customer Journey in Digital Era)

แนวคิด ทฤษฎี การวิเคราะห์วิถีชีวิตและเส้นทางพฤติกรรมผู้บริโภค ที่เกี่ยวข้องกับสื่อสาร  
แบรนด์ ทั้งด้านจิตวิทยาและพฤติกรรมศาสตร์ การออกแบบเส้นทางพฤติกรรมผู้บริโภค ตลอดจนการประยุกต์  
ใช้ผลการวิจัยเพื่อเข้าใจวิถีชีวิตและพฤติกรรมของผู้บริโภค

IMC 114 **ภาษาอังกฤษเพื่อสื่อสารแบรนด์\*\*** 3(2-2-5)  
(English for Brand Communication)

ฝึกปฏิบัติเพื่อพัฒนาทักษะการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อสื่อสารแบรนด์ วิธีการ และกลวิธีสื่อสาร  
ภาษาอังกฤษสำหรับงานสื่อสารแบรนด์

IMC 115 **การเขียนเพื่อสื่อสารการตลาดเชิงเนื้อหา** 3(2-2-5)  
(Writing and Communicating in Content Marketing)

แนวความคิด หลักการเขียนสคริปต์และข้อความรูปแบบต่างๆ เพื่อสื่อสารการตลาดเชิงเนื้อหา

การเขียนสคริปต์หลักและสคริปต์พิธีกรงานอีเว้นต์ การเขียนเพื่อสื่อสารการตลาดเชิงเนื้อหาบนเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ ยูทูบและแอปพลิเคชันไลน์ ดิจิตอลและอินสตาแกรม การฝึกปฏิบัติการเขียนสคริปต์และข้อความรูปแบบต่างๆ เพื่อสื่อสารการตลาด เชิงเนื้อหาให้เกิดประสิทธิผล การวิเคราะห์วิจารณ์ เปรียบเทียบและประเมินงานเขียนสคริปต์และข้อความรูปแบบต่างๆ เพื่อการสื่อสารการตลาดเชิงเนื้อหา โดยการใช้กระบวนการกลุ่ม

**IMC 116 การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อการสร้างแบรนด์** 3(3-0-6)  
(Stakeholder Analysis for Branding)

ความหมาย ประเภท บทบาท และความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อแบรนด์ การวิเคราะห์ความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การประเมินความสัมพันธ์และอิทธิพลของผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ ที่มีต่อแบรนด์ การสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการสร้างและสื่อสารแบรนด์

**IMC 117 การสื่อสารการตลาดบริการและการสร้างแบรนด์บริการ** 3(3-0-6)  
(Service Marketing Communication and Service Branding)

ความหมาย ลักษณะ บทบาท กลยุทธ์และประเภทของการตลาดบริการ การสร้างและสื่อสารการตลาดบริการ ขั้นตอนการวางแผนและควบคุมการสื่อสารแบรนด์และการตลาดบริการ การวิเคราะห์ข้อมูล การวัดประสิทธิผลของการสื่อสารแบรนด์และการตลาดบริการแบบบูรณาการ เน้นศึกษากฎนี้ศึกษาปัจจุบันเกี่ยวกับการตลาดบริการ

**IMC 118 การสื่อสารการตลาดธุรกิจบันเทิง** 3(3-0-6)  
(Business Entertainment Marketing Communication)

ความหมายของธุรกิจบันเทิง หลักการเบื้องต้นในการสื่อสารการตลาดสำหรับธุรกิจสื่อ ธุรกิจภาพยนตร์ ธุรกิจดนตรี ธุรกิจเกมออนไลน์ ธุรกิจสตรีมมิงคอนเทนต์ ธุรกิจสวนสนุก การวิเคราะห์สถานการณ์ การกำหนดปัญหาและโอกาส การสร้างแคมเปญการสื่อสารการตลาดสำหรับธุรกิจบันเทิง

**IMC 119 การสร้างแบรนด์จุดหมายปลายทาง** 3(3-0-6)  
(Destination Branding)

ความหมาย ประเภท องค์ประกอบ และความสำคัญของแบรนด์จุดหมายปลายทาง การประเมินเอกลักษณ์ของย่าน ชุมชน เมือง หรือ ประเทศ ในด้านผู้คน ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิต ประวัติศาสตร์ศิลปกรรม และภูมิศาสตร์ การพัฒนาแบรนด์จุดหมายปลายทาง การพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อสร้างแบรนด์จุดหมายปลายทาง การจัดการเพื่อเพิ่มมูลค่าแบรนด์จุดหมายปลายทาง การประเมินผลการสร้างแบรนด์จุดหมายปลายทาง เน้นการวิเคราะห์กรณีศึกษา และการนำผลการวิจัยมาประยุกต์ใช้สำหรับสร้างสรรค์แบรนด์จุดหมายปลายทาง

**IMC 120 การสร้างแบรนด์สุขภาพและความงาม 3(3-0-6)**  
**(Health and Beauty Branding)**

แนวคิดและองค์ประกอบของแบรนด์ในธุรกิจสุขภาพและความงาม ภูมิทัศน์ทาง การแข่งขัน การออกแบบเอกลักษณ์แบรนด์สุขภาพและความงาม กลยุทธ์การสื่อสารการแบรนด์สำหรับแบรนด์สุขภาพและความงาม การสร้างความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ การสร้างการมีส่วนร่วมกับแบรนด์และการกำหนดช่องทางการสื่อสารเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ เน้นการฝึกปฏิบัติในการวางกลยุทธ์สำหรับแบรนด์สุขภาพและความงามและการศึกษาดูงาน

**IMC 121 การสร้างแบรนด์บุคคล 3(3-0-6)**  
**(Personal Branding)**

ความหมายและความสำคัญของการสร้างแบรนด์บุคคล หลักการของการสร้างแบรนด์บุคคล การเสนอคุณค่าที่แตกต่างและการสร้างความประทับใจแรก การพัฒนาและการออกแบบแบรนด์บุคคลผ่านเนื้อหา การควบคุมใช้งานสื่อเพื่อการสร้างแบรนด์บุคคล

**IMC 122 การสื่อสารแบรนด์องค์กรและการจัดการชื่อเสียง 3(3-0-6)**  
**(Corporate Brand Communication and Reputation Management)**

ความหมายและความสำคัญของแบรนด์องค์กร การบริหารแบรนด์องค์กร การสร้างคุณค่าแบรนด์องค์กรต่างๆ เช่น วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ธุรกิจสตาร์ทอัพ กลยุทธ์การบริหารแบรนด์องค์กรในบริบทต่างๆ แนวคิดด้านการสื่อสารแบรนด์เพื่อการสร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือของธุรกิจและอุตสาหกรรม

**IMC 226 การบริหารจัดการคุณค่าแบรนด์เพื่อความยั่งยืน 3(3-0-6)**  
**(Brand Equity Management for Sustainability)**

แนวคิด องค์ประกอบ และความสำคัญของคุณค่าแบรนด์ การกำหนดกลยุทธ์เพื่อบริหารจัดการคุณค่าแบรนด์ การวัดคุณค่าแบรนด์ การรักษาคุณค่าแบรนด์ให้ดำรงอยู่อย่างยั่งยืน กรณีศึกษาการสร้างคุณค่าแบรนด์และการบริหารแบรนด์ผ่านนวัตกรรมการสื่อสาร ตลอดจนประเด็นสำคัญเกี่ยวกับการสื่อสารแบรนด์ในปัจจุบัน

**IMC 313 การจัดการการสื่อสารการตลาดนวัตกรรมและการแข่งขัน 3(3-0-6)**  
**(Innovative and Competitive Marketing Communications Management)**

การจัดการการสื่อสารการตลาดนวัตกรรมและการแข่งขัน เป็นการศึกษาหลักการ ทฤษฎี และการฝึกปฏิบัติในด้านการจัดการการสื่อสารการตลาดนวัตกรรมและการตลาดเพื่อการแข่งขันเชิงธุรกิจ โดยเริ่มต้นในด้านความเข้าใจความสำคัญของการสื่อสารการตลาดต่อธุรกิจในปัจจุบัน การศึกษาหลักการ



การวางแผนกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาดสมัยใหม่และกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด ดิจิทัล ศึกษาประเภทและการใช้งานของสื่อทุกประเภททั้งสื่อแบบดั้งเดิมและสื่อนวัตกรรมรวมไปถึงสื่อสังคมเครือข่าย ศึกษาหลักการการสื่อสารตราสินค้า ศึกษาหลักการสร้างกลยุทธ์การสื่อสารสู่กลุ่มเป้าหมายผ่านสื่อที่หลากหลาย ศึกษาการพัฒนา content marketing และการเลือกสรรช่องทางสื่อสารที่เหมาะสมที่อยู่บนพื้นฐานการวิจัยผู้บริโภค และผู้เรียนสามารถดำเนินงานโครงการฝึกปฏิบัติด้านการวางแผนการสื่อสารการตลาดตามที่มอบหมายได้

### IMC 314 การรณรงค์เพื่อสื่อสารการตลาดด้วยสื่อผสม

3(2-2-5)

#### (Mixed Media Marketing Communications Campaign)

การรณรงค์เพื่อการตลาดด้วยสื่อผสม เป็นการศึกษาหลักการ และการฝึกปฏิบัติในด้านการวางแผนและผลิตผลงานรณรงค์เพื่อการตลาดโดยใช้สื่อผสม ทั้งสื่อแบบดั้งเดิม สื่อใหม่ สื่อสังคมเครือข่าย และอื่นๆ โดยในรายวิชานี้ เน้นผลงานในเชิงปฏิบัติ ครอบคลุมการผลิตผลงานเพื่อสื่อสารการตลาดในทุกสื่อ และผู้เรียนสามารถดำเนินงานโครงการฝึกปฏิบัติด้านการผลิตผลงานสื่อรณรงค์ตามที่มอบหมายได้

รายวิชานี้มีข้อเน้นว่า โครงการฝึกปฏิบัติจะเป็นโครงการที่ทางสาขาสื่อสารการตลาดดิจิทัล ได้รับความร่วมมือจากองค์กรหน่วยงานภายนอกประเภทองค์กรไม่มุ่งหวังผลกำไร ผู้ประเมินผลงานของผู้เรียนในวิชานี้เป็นรูปแบบคณะกรรมการแบบ panel โดยผู้สอน ผู้เชี่ยวชาญ และองค์กรหน่วยงานภายนอก เป็นผู้ร่วมประเมิน และนำไปใช้งานให้เกิดประโยชน์จริงหรือมีการเผยแพร่สู่สาธารณะ

## สาขาวิชามัลติมีเดีย (Multimedia)

### วิชาชีพบังคับ

- MMD 111 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับมัลติมีเดีย** 3(3-0-6)  
(Introduction to Multimedia)  
แนวคิด หลักการมัลติมีเดีย องค์ประกอบของสื่อและเทคโนโลยีมัลติมีเดีย การออกแบบและพัฒนามัลติมีเดีย โปรแกรมประยุกต์สำหรับมัลติมีเดีย การเปลี่ยนแปลงสภาพของเทคโนโลยีสื่อ วิวัฒนาการและการหลอมรวมกันของเทคโนโลยีสื่อในงานสื่อสารมวลชนและองค์กรธุรกิจอื่น ๆ และจริยธรรมและกฎหมายเกี่ยวกับงานมัลติมีเดีย
- MMD 112 วาดภาพลายเส้นเพื่องานมัลติมีเดีย** 3(1-4-4)  
Drawing for Multimedia  
เทคนิคการวาดภาพลายเส้นด้วยวิธีการที่หลากหลาย รวมถึงการใช้เส้นในการสร้างรูปทรง การให้น้ำหนักแสงเงา ลักษณะพื้นผิว ทศนิยมภาพ การจัดวางองค์ประกอบภาพ การถ่ายทอดความคิด จินตนาการผ่านการร่างภาพ เพื่อประยุกต์ใช้ในงานมัลติมีเดีย
- MMD 122 หลักการออกแบบกราฟิกเพื่องานมัลติมีเดีย\*\*** 3(2-2-5)  
(Principles of Graphic Design for Multimedia)  
แนวคิด หลักการ ทฤษฎีเกี่ยวกับศิลปะและการออกแบบ เช่น ทศนศาสตร์ทางศิลปะ การจัดองค์ประกอบ ทฤษฎีสี คุณค่าทางศิลปะ การสื่อความหมายเชิงสัญลักษณ์ การสื่อสารด้วยภาพ เพื่อการสร้างสรรค์และการออกแบบงานมัลติมีเดีย
- MMD 212 การคิดเชิงสร้างสรรค์และการเล่าเรื่องเพื่องานมัลติมีเดีย** 3(2-2-5)  
(Creative Thinking and Story Telling for Multimedia)  
แนวคิด หลักการคิดเชิงสร้างสรรค์ การค้นหาแนวคิดการแก้ไขโจทย์ การสร้างแรงบันดาลใจการออกแบบความคิด การกำหนดโจทย์การสร้างสรรค์ การออกแบบทางอารมณ์ การถ่ายทอดเรื่องราว กลวิธีการเล่าเรื่อง การเขียนบท การวางโครงเรื่อง องค์ประกอบ ทิศทางและการเชื่อมโยงเรื่องที่จะเล่า เพื่อการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ ในงานมัลติมีเดีย

- MMD 222 คอมพิวเตอร์กราฟิกเพื่องานมัลติมีเดีย** 3(1-4-4)  
(Computer Graphic for Multimedia)  
วิชาบังคับก่อน : MMD 122 หลักการออกแบบกราฟิกเพื่องานมัลติมีเดีย  
หรือโดยความเห็นชอบจากคณะกรรมการสาขาวิชาฯ  
แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์กราฟิก ประเภทของกราฟิก การตีความภาพกราฟิก  
การนำเสนอกราฟิกทางจอภาพ การนำเสนอกราฟิกทางสื่อสิ่งพิมพ์ แนะนำเครื่องมือต่างๆ ที่เหมาะสมกับการ  
สร้างสรรค์ และการผลิตงานกราฟิก เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในงานมัลติมีเดีย
- MMD 235 การผลิตวีดิทัศน์เพื่องานมัลติมีเดีย\*\*** 3(1-4-4)  
(Video Production for Multimedia)  
วิชาบังคับก่อน : COM 223 การถ่ายภาพดิจิทัลเชิงสร้างสรรค์เพื่อการสื่อสาร  
หรือโดยความเห็นชอบจากคณะกรรมการสาขาวิชาฯ  
หลักการเบื้องต้นในการผลิตวีดิทัศน์ ตั้งแต่ความรู้เกี่ยวกับขนาดภาพ มุมกล้อง การสื่อสาร  
ความหมาย และกระบวนการผลิตทุกขั้นตอน เพื่อนำไปใช้ในงานมัลติมีเดีย
- MMD 313 การพัฒนาสารสนเทศเพื่องานมัลติมีเดีย\*\*** 3(2-2-5)  
(Information Development for Multimedia)  
ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสารสนเทศ และแหล่งสารสนเทศ กระบวนการปรับแต่งสารสนเทศ การ  
ศึกษาความต้องการของผู้ใช้ การค้นหา รวบรวม คัดเลือกและประเมินสารสนเทศ การวิเคราะห์และสังเคราะห์  
สารสนเทศ การออกแบบเนื้อหาและส่วนที่เชื่อมต่อประสานกับผู้ใช้ การพัฒนาสารสนเทศทั้งเนื้อหาและรูปแบบ  
เพื่อนำมาประยุกต์ใช้กับการสร้างสรรค์งานมัลติมีเดียในรูปแบบสื่อดิจิทัลที่หลากหลาย การเผยแพร่ผ่านช่อง  
ทางออนไลน์ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย การประเมินคุณภาพเนื้อหาสารสนเทศที่พัฒนาขึ้น
- MMD 324 เสียงสำหรับงานมัลติมีเดีย** 3(1-4-4)  
(Audio for Multimedia)  
แนวคิด หลักการเกี่ยวกับเสียง ประเภทของเสียง ความสำคัญของเสียงประเภทต่างๆในงาน  
มัลติมีเดีย กระบวนการทำงานด้านเสียง และการนำเสียงไปประยุกต์ใช้ในงานมัลติมีเดีย
- MMD 333 การสร้างสรรค์ภาพเคลื่อนไหวเพื่องานมัลติมีเดีย** 3(1-4-4)  
(Animation Creation for Multimedia)  
แนวคิด หลักการ ทฤษฎีเกี่ยวกับการสร้างภาพเคลื่อนไหว และวางแผนการผลิตภาพเคลื่อนไหว  
เพื่อประยุกต์ใช้ในงานมัลติมีเดีย โดยฝึกปฏิบัติการจากโปรแกรมคอมพิวเตอร์ประยุกต์

- MMD 412 การวิจัยสำหรับมัลติมีเดีย** 3(2-2-5)  
(Multimedia for Research)  
แนวคิดการวิจัย ความสำคัญของการวิจัย ประเภทของการวิจัย การประยุกต์ใช้งานวิจัยเพื่องานมัลติมีเดีย กระบวนการวิจัย การระบุปัญหา วัตถุประสงค์ การทบทวนวรรณกรรม การออกแบบระเบียบวิธีวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูลและการรายงานผลการวิจัย เพื่อการสร้างสรรค์และประเมินผลสื่อมัลติมีเดีย
- MMD 413 เครื่องมือทางการจัดการเพื่อโอกาสทางวิชาชีพมัลติมีเดีย** 3(3-0-6)  
(Management Tools for Multimedia Career Opportunities)  
แนวคิดและหลักการของการจัดการ การประยุกต์โมเดลทางการบริหารจัดการในยุคคลาสสิก นีโอคลาสสิก และทฤษฎีการบริหารจัดการสมัยใหม่เพื่อโอกาสในการทำธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการมัลติมีเดีย
- MMD 489 การฝึกงานวิชาชีพ** 1(0-40-20)  
(Internship)  
วิชาบังคับก่อน : ต้องผ่านการศึกษากลุ่มวิชาชีพไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต  
หรือโดยความเห็นชอบจากคณะกรรมการสาขาวิชา  
ศึกษาด้วยตนเองในภาคฤดูร้อนของชั้นปีที่ 3 โดยการไปฝึกงานภายนอกในองค์กรวิชาชีพที่ดำเนินงานมัลติมีเดียตามขั้นตอนที่ทางวิทยาลัยนิเทศศาสตร์กำหนดไว้เป็นเวลา 2 เดือน หรือ 8 สัปดาห์ และรับการประเมินผลการฝึกงานจากหน่วยงานที่นักศึกษาไปฝึกงาน โดยมีอาจารย์ที่ปรึกษาทำหน้าที่ประสานเพื่อดูแลให้คำแนะนำร่วมกับหน่วยงานที่นักศึกษาไปฝึกงาน และเมื่อนักศึกษาฝึกงานครบเกณฑ์จะต้องได้รับการประเมินผล จากการทำรูปเล่มรายงานการฝึกงานอีกด้วย
- MMD 492 ปรินญานิพนธ์** 5(0-10-5)  
(Senior Project)  
วิชาบังคับก่อน : ต้องผ่านการศึกษากลุ่มวิชาชีพไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต  
หรือโดยความเห็นชอบจากคณะกรรมการสาขาวิชา  
ศึกษาและฝึกปฏิบัติทำโครงการปรินญานิพนธ์ในหัวข้อที่สนใจเกี่ยวกับมัลติมีเดีย เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดทักษะการเรียนรู้ การพัฒนาให้เกิดความทันสมัย แปลกใหม่ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพการสื่อสารแบบเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ โดยได้รับคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา และนำเสนอความเห็นชอบและรับการประเมินจากคณะกรรมการสอบปรินญานิพนธ์

MMD 493 **สหกิจศึกษา\*\*\*** 6(0-40-20)

(Cooperation Education)

วิชาบังคับก่อน : ต้องผ่านการศึกษในกลุ่มวิชาชีพไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต

หรือโดยความเห็นชอบจากคณะกรรมการสาขาวิชา

ปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการทางวิชาชีพมีผลเต็มเต็มไม่น้อยกว่า 4 เดือน หรือ 16 สัปดาห์ และนำเสนอผลงานพร้อมเอกสารประกอบภายใต้การดูแลของคณะกรรมการสหกิจศึกษา และสถานประกอบการ ซึ่งเป็นการสร้างโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความสามารถระดับสูง ในการบูรณาการความรู้ที่ได้รับจากการศึกษามาใช้กับวิชาชีพเพื่อเตรียมตัวออกไปประกอบอาชีพในวงการมีผลเต็มเต็ม

### รายวิชาชีพ-เลือก

MMD221 **มัลติมีเดียในงานสื่อสารการตลาด** 3(3-0-6)

(Multimedia in Marketing Communication)

แนวคิดการสื่อสารการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด การวางแผนการสื่อสารการตลาด เครื่องมือและช่องทางการสื่อสารการตลาด การวัดและการประเมินผลการสื่อสารการตลาด และการประยุกต์ใช้สื่อมัลติมีเดียในฐานะเครื่องมือการสื่อสารการตลาด

MMD 224 **การถ่ายภาพเพื่องานมัลติมีเดีย** 3(1-4-4)

(Photography for Multimedia)

แนวคิด ทฤษฎีการถ่ายภาพ เทคนิคการถ่ายภาพ การจัดองค์ประกอบภาพ เทคนิคการใช้ไฟสตูดิโอและไฟแฟลช โดยฝึกปฏิบัติการบันทึกภาพด้วยกล้องดิจิทัลทั้งในสตูดิโอและภายนอกสถานที่ การวางแผนการถ่ายภาพ การเลือกอุปกรณ์การถ่ายภาพและการควบคุมคุณภาพการบันทึกภาพ ศึกษาโปรแกรมคอมพิวเตอร์ประยุกต์ด้านการตกแต่งและแก้ไขภาพ การตกแต่งแบบผสมผสานภาพ และการควบคุมคุณภาพของงานถ่ายภาพ เพื่อประยุกต์ในการถ่ายภาพในลักษณะต่างๆ

MMD 226 **การออกแบบเว็บไซต์เพื่องานมัลติมีเดีย** 3(1-4-4)

(Web Design for Multimedia)

หลักการพื้นฐานการออกแบบเว็บไซต์ องค์ประกอบของเว็บไซต์ การจัดการเตรียมเนื้อหา การวิเคราะห์และวางแผนการจัดทำเว็บไซต์เพื่อการสื่อสาร การออกแบบเว็บไซต์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ขั้นสูง และสร้างเว็บไซต์ด้วยการเขียนโค้ดโปรแกรม การสร้างเว็บไซต์ด้วยระบบจัดการเนื้อหา และการสร้างเว็บไซต์รูปแบบที่มีการตอบสนองต่อหน้าจอแสดงผล การจัดการรูปแบบข้อความ กราฟิกและมัลติมีเดีย การทดสอบและการอัปเดตเว็บไซต์

- MMD 314 การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ดิจิทัล** 3(1-4-4)  
(Digital Print Media Production)  
แนวคิด หลักการสื่อสิ่งพิมพ์ดิจิทัล การออกแบบและการวางแผนการผลิต การเชื่อมโยงเนื้อหา การสร้างปฏิสัมพันธ์ การหลอมรวมสื่อมัลติมีเดียเพื่อการประยุกต์ใช้ในสื่อสิ่งพิมพ์ดิจิทัล และการเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์
- MMD 337 การออกแบบกราฟิกขั้นสูง** 3(1-4-4)  
(Advanced Graphic Design)  
วิชาบังคับก่อนเรียน : MMD 122 หลักการออกแบบกราฟิกเพื่องานมัลติมีเดีย  
หรือโดยความเห็นชอบจากคณะกรรมการสาขาวิชา  
แนวคิด กระบวนการออกแบบงาน 2 มิติขั้นสูง สำหรับงานมัลติมีเดีย ฝึกทักษะการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ด้านกราฟิก พร้อมการวางแผนการควบคุมคุณภาพของงาน เพื่อการนำไปประยุกต์ใช้ในงานมัลติมีเดีย ฝึกปฏิบัติภายในห้องปฏิบัติการจากโปรแกรมประยุกต์
- MMD 339 สื่อปฏิสัมพันธ์และส่วนต่อประสานกับผู้ใช้เพื่องานมัลติมีเดีย** 3(1-4-4)  
(Interactive Media and User Interface for Multimedia)  
แนวคิด หลักการ การออกแบบส่วนต่อประสานผู้ใช้งาน ความสัมพันธ์ระหว่างการออกแบบวิธีการปฏิสัมพันธ์กับหลักการในการออกแบบ และความสามารถของเครื่องมือ การเข้าใจความต้องการของผู้ใช้งานและพฤติกรรมของผู้ใช้งานและสามารถออกแบบให้เหมาะกับผู้ใช้งานได้ การออกแบบรูปจำลอง ส่วนต่อประสานผู้ใช้งานที่สามารถใช้ได้ ในหลายขนาดหน้าจอ วางแผนกระบวนการผลิตสื่อปฏิสัมพันธ์ รวมทั้งฝึกปฏิบัติจากโปรแกรมคอมพิวเตอร์ประยุกต์
- MMD 364 เสียงสำหรับงานมัลติมีเดียขั้นสูง** 3(1-4-4)  
(Advanced Audio Production for Multimedia)  
วิชาบังคับก่อน : MMD 324 เสียงสำหรับงานมัลติมีเดีย  
หรือโดยความเห็นชอบจากคณะกรรมการสาขาวิชา  
ทฤษฎี หลักการเกี่ยวกับการออกแบบเสียง การผสมเสียง การตัดต่อเสียง การใส่เอฟเฟ็ค  
กระบวนการทำงานด้านเสียงสำหรับงานมัลติมีเดีย และการประยุกต์ใช้เสียงให้เหมาะสมกับงานมัลติมีเดีย
- MMD 368 การคิดสร้างสรรค์เพื่องานอีเวนต์** 3(1-4-4)  
(Creative Thinking for Event)  
แนวคิด หลักการธุรกิจอีเวนต์ การวิเคราะห์โจทย์ กำหนดปัญหาโจทย์ กำหนดโจทย์การสร้างสรรคสื่ออีเวนต์ วางแผนการออกแบบ สื่อต้นแบบ โดยฝึกปฏิบัติการจากโปรแกรมคอมพิวเตอร์ประยุกต์

- MMD 369 **วิดีโออินโฟกราฟิก** 3(1-4-4)  
(Video Infographic)  
แนวคิด หลักการพัฒนาสารสนเทศ การสืบค้นข้อมูล การจัดการสารสนเทศ การออกแบบสาร  
เทคนิคกลวิธีการเล่าเรื่อง การสื่อสารด้วยภาพเคลื่อนไหวและเสียง ฝึกปฏิบัติโปรแกรมคอมพิวเตอร์ประยุกต์
- MMD 370 **สไตล์และเทรนด์การผลิตวิดีโอทัศน์เพื่องานมัลติมีเดีย** 3(1-4-4)  
(Style and Trend Video Production for Multimedia)  
การผสมผสานแนวคิด หลักการ ทฤษฎี ปรัชญา รูปแบบการเล่าเรื่อง แนวนิยมเทคนิค วิธีการ  
เพื่อการค้นหาสไตล์และเทรนด์การสร้างสรรคดีทัศน์สมัยใหม่ในงานมัลติมีเดีย
- MMD 371 **การสร้างสรรคงานมัลติมีเดียเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม** 3(2-2-5)  
(Multimedia Creation for Society and Environment)  
แนวคิด หลักการมัลติมีเดียเพื่อการสื่อสารสังคมและสิ่งแวดล้อม ศึกษารวบรวมข้อมูลประเด็น  
ปัญหา ระบุประเด็นปัญหา กำหนดแนวคิดการสร้างสรรค์ วางแผน ออกแบบและผลิต การเผยแพร่งาน  
มัลติมีเดียผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์
- MMD 372 **การสร้างสรรคภาพประกอบเพื่อการเล่าเรื่อง** 3(2-2-5)  
(Illustration Creation for Storytelling)  
แนวคิด หลักการการสื่อสารเชิงภาพ การเล่าเรื่องด้วยภาพ กลวิธีการเล่าเรื่องด้วยภาพ ศึกษา  
จากกรณีศึกษาการใช้ภาพประกอบในการเล่าเรื่อง
- MMD 373 **การจัดการการสื่อสารสำหรับธุรกิจมัลติมีเดีย** 3(3-0-6)  
(Communication management for Multimedia Business)  
แนวคิดและหลักการของการจัดการการสื่อสาร ความสำคัญของการจัดการการสื่อสารต่อธุรกิจ  
มัลติมีเดีย การวางแผนการสื่อสาร กลยุทธ์การสื่อสารสำหรับธุรกิจมัลติมีเดีย เทคนิคและเครื่องมือสำหรับการ  
สื่อสารทางธุรกิจ การจัดการการสื่อสารของธุรกิจภาวะวิกฤต และการประเมินผลการสื่อสาร
- MMD 374 **การจัดการเชิงกลยุทธ์สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจมัลติมีเดีย** 3(3-0-6)  
(Strategic Management for Multimedia Business Entrepreneurs)  
แนวคิดของธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ แนวโน้มและทิศทางของธุรกิจมัลติมีเดีย พื้นฐานและรูปแบบ  
ของการเป็นผู้ประกอบการ เครื่องมือการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจมัลติมีเดีย การกำหนดและวางแผน  
กลยุทธ์ธุรกิจมัลติมีเดีย การนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ การควบคุมและประเมินผล

**MMD 375 การจัดการนวัตกรรมธุรกิจเชิงสร้างสรรค์และมัลติมีเดีย** 3(3-0-6)  
(Multimedia and Creative Business Innovation Management)

กรอบการศึกษาด้านนวัตกรรม แนวคิดและหลักการของการจัดการนวัตกรรม ความคิดเชิงสร้างสรรค์ กับโอกาสทางธุรกิจและสตาร์ทอัพ องค์ประกอบและกระบวนการของการจัดการนวัตกรรม การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับธุรกิจเชิงสร้างสรรค์และมัลติมีเดีย การประเมินคุณค่าของนวัตกรรมในแต่ละบริบท และการเผยแพร่นวัตกรรม

**MMD 376 การบริหารโครงการธุรกิจสื่อดิจิทัลและมัลติมีเดีย** 3(3-0-6)  
(Multimedia and Digital Media Business Project Management)

แนวคิดพื้นฐานของโครงการสื่อดิจิทัล การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ การวางแผนโครงการ การริเริ่มโครงการ การดำเนินโครงการ การติดตามตรวจสอบและการแก้ไขข้อผิดพลาด การปิดโครงการ การประเมินผลหลังดำเนินการโครงการ การจัดการทรัพยากรบุคคลและงบประมาณโครงการ การบริหารเวลาและการจัดการการเปลี่ยนแปลงของโครงการ

**MMD 411 การสร้างภาพด้วยเทคนิคพิเศษเพื่องานมัลติมีเดีย** 3(1-4-4)  
(Visual Effect for Multimedia)

แนวคิด หลักการ กระบวนการ เทคนิค กลวิธีสร้างภาพด้วยเทคนิคพิเศษหลากหลายมิติ ได้แก่ การสร้างฉากย่อส่วน การวาดต่อเติมฉาก การถ่ายแยกองค์ประกอบ การสร้างภาพด้วยระบบดิจิทัล เพื่อประยุกต์ใช้ในงานมัลติมีเดีย รวมถึงการสื่อสารด้วยภาพในกิจกรรมต่างๆ ในงานสื่อสารมวลชน

**MMD 464 สัมมนาทางด้านมัลติมีเดีย** 3(3-0-6)  
(Seminar in Multimedia)

แนวคิด หลักการ และกระบวนการจัดสัมมนา การศึกษาแนวโน้มและประเด็นปัญหาทางด้านมัลติมีเดียที่มีความสัมพันธ์กับงานทางด้านสื่อสารมวลชนทุกแขนงวิชา อาทิ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์วารสารศาสตร์ การโฆษณา การสื่อสารการตลาด หรือสื่อดิจิทัล ซึ่งอาจเป็นปัญหาทางด้านแนวคิดทฤษฎีหรือปรากฏการณ์เชิงประจักษ์ที่เกิดขึ้นในสังคมที่มีความสำคัญและอยู่ในความสนใจทางวิชาการและวิชาชีพ กระบวนการเรียนรู้เน้นให้ผู้เรียนค้นคว้าด้วยตนเอง ภายใต้การกำกับดูแลและให้คำแนะนำจากอาจารย์ผู้สอน โดยผู้เรียนนำเสนอผลการศึกษาค้นคว้าหน้าชั้นเรียน และจัดสัมมนาสู่สาธารณะ

**MMD 465 หัวข้อเฉพาะทางมัลติมีเดีย** 3(3-0-6)  
(Selected Topic in Multimedia)

วิชาบังคับก่อน : ต้องผ่านการศึกษากลุ่มวิชาชีพไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต  
หรือโดยความเห็นชอบจากคณะกรรมการสาขาวิชา

ปรากฏการณ์ประเด็นทางสังคมเกี่ยวกับมัลติมีเดีย กระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ต่อประเด็นปัญหา สังเคราะห์ ประมวลสาระ เพื่อนำไปสู่แนวทางการแก้ไขปัญหา



## สาขาวิชาการภาพยนตร์ดิจิทัล (Digital Film)

### วิชาซีพบังคับ

DFM 111 การภาพยนตร์เบื้องต้น 3(3-0-6)

(Introduction to Film)

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาพยนตร์ ทฤษฎีภาพยนตร์ ประวัติศาสตร์และอุตสาหกรรมภาพยนตร์ การจำแนกประเภทภาพยนตร์ ประเภทภาพยนตร์และภาษาภาพยนตร์

DFM 131 การแสดงเบื้องต้นสำหรับภาพยนตร์ 3(1-4-4)

(Basic Acting for Film)

วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

พื้นฐานทางการแสดง การแสดงสีหน้าท่าทาง และอารมณ์ให้เหมาะสมกับบทบาท การเคลื่อนไหวส่วนต่าง ๆ ของร่างกายเพื่อสื่อความหมาย การทำความเข้าใจ และวิเคราะห์บทบาท ตลอดจนหลักเกณฑ์และวิธีการแสดงสำหรับภาพยนตร์

DFM 132 เทคนิคการจัดแสงสำหรับภาพยนตร์ดิจิทัล 3(1-4-4)

(Lighting Techniques for Digital Film)

วิชาบังคับก่อน : COM 223 การถ่ายภาพดิจิทัลเพื่อการสื่อสาร

ความรู้ในการจัดแสงสำหรับภาพยนตร์ดิจิทัล อุปกรณ์การจัดไฟ วิธีการใช้ และบำรุงรักษา จุดมุ่งหมายของการจัดแสงสำหรับภาพยนตร์ดิจิทัล วิธีการจัดแสงการกำหนดตำแหน่งของดวงไฟ ตลอดจนการสร้างรูปแบบในการจัดแสง เทคนิคในการจัดแสงเพื่อสร้างบรรยากาศภายในฉากที่สามารถที่จะสื่อความหมายและดึงดูดความสนใจจากผู้ชม

DFM 223 การเขียนบทเบื้องต้นสำหรับภาพยนตร์ 3(3-0-6)

(Introduction to Script Writing for Film)

วิชาบังคับก่อน : DFM 111 การภาพยนตร์เบื้องต้น

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวิธีการ และ ศิลปะการเขียนบทภาพยนตร์ โครงสร้างเรื่องเล่าและการเล่าเรื่องในภาพยนตร์ สำนวนตรวจสอบเกี่ยวกับปรัชญา จริยศาสตร์และตรรกวิทยาที่มีส่วนกำหนดกระบวนการสร้างสรรค์บทภาพยนตร์ โครงเรื่อง และ ตัวละคร ตลอดจนโครงร่างขยายสำหรับบทภาพยนตร์และเขียนบทภาพยนตร์ให้เสร็จสมบูรณ์

- DFM 232 การผลิตภาพยนตร์สำหรับโทรทัศน์** 3(1-4-4)  
(Film Production for Television)  
วิชาบังคับก่อน : DFM 132 เทคนิคการจัดแสงสำหรับภาพยนตร์ดิจิทัล  
เทคนิคและการผลิตสื่อดิจิทัลโดยใช้กล้องหลายตัว เครื่องมือการถ่ายทำในสตูดิโอ การประสานงานของทีมงาน และ ฝึกปฏิบัติการผลิตภาพยนตร์ชุดและภาพยนตร์ชุดขนาดสั้นทางโทรทัศน์
- DFM 233 การผลิตภาพยนตร์ดิจิทัล 1** 3(1-4-4)  
(Digital Film Production I)  
วิชาบังคับก่อน : DFM 132 เทคนิคการจัดแสงสำหรับภาพยนตร์ดิจิทัล  
เทคนิคการเล่าเรื่องในภาพยนตร์สั้น การสื่อความหมายด้วยภาพ สัญลักษณ์ และการปฏิบัติผลิตภาพยนตร์สั้นที่มุ่งเน้นการเล่าเรื่องด้วยภาพ โดยใช้อุปกรณ์ในระบบดิจิทัล การเตรียมงานสร้าง การนำเสนอโครงการภาพยนตร์ก่อนการถ่ายทำ
- DFM 321 การเตรียมงานสร้างภาพยนตร์** 3(3-0-6)  
(Film Production Planning)  
วิชาบังคับก่อน : DFM 111 การภาพยนตร์เบื้องต้น  
หลักการวางแผนสร้างภาพยนตร์ การกำหนดวัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย ขั้นตอนการสร้างเกณฑ์และวิธีการกำหนดงบประมาณ การกำหนดวัสดุอุปกรณ์ในการถ่ายทำ การเลือกสถานที่ การจัดตารางการถ่ายทำ ใบนัดหมาย และการนำเสนอผลงาน
- DFM 322 การวิจารณ์ภาพยนตร์** 3(3-0-6)  
(Film Criticism)  
วิชาบังคับก่อน : DFM 111 การภาพยนตร์เบื้องต้น  
หลักการตัดสินคุณค่า การตีความ และการวิเคราะห์ภาพยนตร์ ศึกษาแนวทางการวิจารณ์ภาพยนตร์ แนวต่าง ๆ อาทิ แนวรูปแบบนิยม แนวประพันธ์กร แนวอิงบริบทและแนวเปรียบเทียบตระกูล กรณีย์ ศึกษาการวิจารณ์ภาพยนตร์
- DFM 334 การตัดต่อภาพยนตร์ดิจิทัล** 3(1-4-4)  
(Digital Film Editing)  
วิชาบังคับก่อน : DFM 233 การผลิตภาพยนตร์ดิจิทัล 1  
ทฤษฎี และแนวความคิดในการตัดต่อภาพยนตร์ดิจิทัล วิธีการตัดต่อรูปแบบต่าง ๆ เน้นการนำความรู้จากทฤษฎีต่าง ๆ ไปทดลองปฏิบัติ เพื่อให้เกิดศิลปะของการสื่อความหมาย และดึงดูดอารมณ์

- DFM 335 การกำกับภาพยนตร์ดิจิทัล** 3(1-4-4)  
(Digital Film Directing)  
วิชาบังคับก่อน : DFM 131 การแสดงเบื้องต้นสำหรับภาพยนตร์  
ทฤษฎี และแนวความคิดเกี่ยวกับศิลปะภาพยนตร์ การกำกับภาพยนตร์ดิจิทัล โดยการกำกับการแสดง การควบคุมองค์ประกอบในภาพยนตร์ การตีความจากบท การฝึกซ้อม และ การพัฒนานักแสดง การสื่อความหมายโดยการแสดง ประกอบกับการสื่อความหมายผ่านองค์ประกอบของภาพยนตร์ และการนำความรู้จากทฤษฎีต่าง ๆ ไปทดลองปฏิบัติ
- DFM 436 เสียงสำหรับภาพยนตร์ดิจิทัล** 3(1-4-4)  
(Audio for Digital Film)  
วิชาบังคับก่อน : DFM 233 การผลิตภาพยนตร์ดิจิทัล 1  
การผสมเสียงโดยใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ ศึกษาาระบบเสียง ประเภทของเสียง ความสำคัญของเสียงการออกแบบเสียง และหลักการนำเสียงมาใช้ในภาพยนตร์ดิจิทัล
- DFM 489 การฝึกงานวิชาชีพ** 1(0-40-20)  
(Internship)  
ฝึกงานภายนอกองค์กร บริษัทสร้างภาพยนตร์หรือสื่อดิจิทัล เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 8 สัปดาห์
- DFM 492 ปริญญานิพนธ์** 5(0-10-5)  
(Senior project)  
เงื่อนไขการลงทะเบียน : จะต้องผ่านวิชาชีพมาแล้วไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต  
นำความรู้และประสบการณ์ทางวิชาชีพ มานำเสนอโครงการโดยได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการสาขาวิชา ซึ่งจะต้องประกอบไปด้วยผลงานภาพยนตร์หรือบทภาพยนตร์ขนาดยาว และเอกสารอธิบายกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน
- DFM 493 สหกิจศึกษา** 6(0-40-20)  
(Cooperative Education)  
วิชาบังคับก่อน : ผ่านการศึกษากลุ่มวิชาชีพไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต  
หรือโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการสาขาวิชา  
ปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการทางวิชาชีพ เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 16 สัปดาห์ และนำเสนอผลงานพร้อมเอกสารประกอบโดยความเห็นชอบของสถานประกอบการร่วมกับสาขาวิชา

## วิชาชีพเลือก

- DFM 224 การเขียนบทขั้นสูงสำหรับภาพยนตร์** 3(3-0-6)  
(Advanced Script Writing for Film)  
วิชาบังคับก่อน : DFM 223 การเขียนบทเบื้องต้นสำหรับภาพยนตร์  
วิเคราะห์และฝึกปฏิบัติเขียนบทภาพยนตร์ สำหรับภาพยนตร์แนวต่าง ๆ เรียนรู้กลวิธีการเขียนบทสนทนา การแปลงนิยายเรื่องสั้น บทละคร หรืองานสร้างสรรค์รูปแบบอื่นมาเป็นบทภาพยนตร์ เขียนบทภาพยนตร์เพื่อการถ่ายทำภาพยนตร์และสื่อดิจิทัล
- DFM 336 การถ่ายภาพดิจิทัลขั้นสูง** 3(1-4-4)  
(Advanced Digital Photography)  
วิชาบังคับก่อน : COM 223 การถ่ายภาพดิจิทัลเพื่อการสื่อสาร  
ทฤษฎี หลักการ และเทคนิคในการถ่ายภาพภายนอกและภายในสตูดิโอ ตลอดจนอิทธิพลของสีที่แสดงอารมณ์ ความรู้สึก เทคนิคการจัดแสง องค์ประกอบของภาพเพื่อผลิตภาพถ่ายดิจิทัลให้เหมาะสมกับงานสื่อสารมวลชน
- DFM 337 การกำกับภาพยนตร์ดิจิทัลขั้นสูง** 3(1-4-4)  
(Advanced Directing for Digital Film)  
วิชาบังคับก่อน : DFM 335 การกำกับภาพยนตร์ดิจิทัล  
ตรวจสอบและวิเคราะห์รูปแบบการกำกับภาพยนตร์ดิจิทัลของผู้กำกับภาพยนตร์ไทยและต่างประเทศ ฝึกปฏิบัติการกำกับภาพยนตร์ดิจิทัล
- DFM 338 การแสดงขั้นสูงสำหรับภาพยนตร์** 3(1-4-4)  
(Advanced Acting for Film)  
วิชาบังคับก่อน : DFM 131 การแสดงเบื้องต้นสำหรับภาพยนตร์  
วิเคราะห์การแสดงรูปแบบต่าง ๆ ฝึกทักษะและกลวิธีการแสดงให้สอดคล้องกับประเภทของภาพยนตร์
- DFM 423 ธุรกิจภาพยนตร์ดิจิทัล** 3(3-0-6)  
(Digital Film Business)  
วิชาบังคับก่อน : DFM 111 การภาพยนตร์เบื้องต้น

- DFM 321 การเตรียมงานสร้างภาพยนตร์**  
การวางแผน การจัดงบประมาณ การตลาด การวิเคราะห์การตลาด การจัดจำหน่ายภาพยนตร์ ดิจิทัล รวมทั้ง แนวโน้มในการขยายตลาดและพัฒนาตลาดภาพยนตร์
- DFM 431 การผลิตภาพยนตร์ดิจิทัล 2** 3(1-4-4)  
(Digital Film Production II)  
วิชาบังคับก่อน : DFM 233 การผลิตภาพยนตร์ดิจิทัล 1  
เทคนิคและวิธีการผลิตภาพยนตร์ดิจิทัลแบบบันทึกเสียง คุณสมบัติของเสียง รวมทั้งอุปกรณ์ และเครื่องมือในการบันทึกเสียง การฝึกปฏิบัติการถ่ายภาพยนตร์เสียงในระบบดิจิทัล ด้วยเครื่องมือระดับ อาชีพ
- DFM 432 ภาพยนตร์สารคดี** 3(1-4-4)  
(Non-Fiction Film)  
วิชาบังคับก่อน : DFM 233 การผลิตภาพยนตร์ดิจิทัล 1  
รูปแบบภาพยนตร์สารคดีและการผลิตภาพยนตร์สารคดี การค้นคว้าข้อมูล การเขียนบท การ ถ่ายทำและการตัดต่อ นำความคิดและแรงบันดาลใจที่ได้จากเรื่องจริงมาสร้างเป็นภาพยนตร์สารคดี
- DFM 433 ภาพยนตร์ทดลอง** 3(1-4-4)  
(Experimental Film)  
วิชาบังคับก่อน : DFM 233 การผลิตภาพยนตร์ดิจิทัล 1  
ทฤษฎีแนวคิดและพัฒนาการของภาพยนตร์ทดลอง ทดลองค้นคว้าเกี่ยวกับเทคนิควิธีการนำ เสนอภาพยนตร์ทดลอง และฝึกปฏิบัติผลิตภาพยนตร์ทดลองเป็นรายบุคคล
- DFM 434 ภาพยนตร์โฆษณา** 3(1-4-4)  
(Advertising Film)  
วิชาบังคับก่อน : DFM 233 การผลิตภาพยนตร์ดิจิทัล 1  
ภาคทฤษฎีและปฏิบัติในการถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณา กระบวนการนำเสนอผลงาน จากความ คิดเชิงสร้างสรรค์ รวมทั้งหลักเกณฑ์การประเมินคุณภาพของภาพยนตร์โฆษณา
- DFM 435 ทฤษฎีและเทคนิคภาพยนตร์แอนิเมชัน** 3(1-4-4)  
(Animation Theory and Technique)  
วิชาบังคับก่อน : DFM 233 การผลิตภาพยนตร์ดิจิทัล 1  
ประวัติความเป็นมาของภาพยนตร์แอนิเมชัน ทฤษฎีและเทคนิคสตอปโมชันในการสร้างภาพ

เคลื่อนไหว การดำเนินเรื่อง ตลอดจนเทคนิคต่าง ๆ ที่ใช้ในการสร้างภาพยนตร์แอนิเมชันรูปแบบต่าง ๆ เช่น ภาพวาด รูปตัด หุ่นและดินน้ำมัน เป็นต้น

**DFM 438 การวิเคราะห์ผู้ชมภาพยนตร์** 3(3-0-6)

(Film Audience Analysis)

วิชาบังคับก่อน : DFM 233 การผลิตภาพยนตร์ดิจิทัล 1

ศึกษาวิเคราะห์ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้ชมภาพยนตร์ เช่น ฐานะทางเศรษฐกิจ การศึกษา และเพศ พฤติกรรมของผู้ชมภาพยนตร์ องค์ประกอบทางจิตวิทยาของผู้ชมภาพยนตร์

**DFM 491 สัมมนาภาพยนตร์ดิจิทัล** 3(1-4-4)

(Seminar in Digital Film)

เงื่อนไขการลงทะเบียน : จะต้องผ่านวิชาที่พามาแล้วไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต

วิเคราะห์ปัญหาต่าง ๆ เกี่ยวกับภาพยนตร์ดิจิทัลในปัจจุบัน และเสนอแนวทางในการแก้ไขปัญหาเพื่อเพิ่มพูนความรู้ ความคิด ประสบการณ์ ตลอดจนฝึกหัดให้รู้จักวิธีการวิเคราะห์และแก้ไขปัญหาต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ

**DFM 495 การกำกับภาพสำหรับภาพยนตร์ดิจิทัล** 3(1-4-4)

(Cinematography for Digital Film)

วิชาบังคับก่อน : DFM 233 การผลิตภาพยนตร์ดิจิทัล 1

การออกแบบภาพเพื่อสนับสนุนการเล่าเรื่องของผู้กำกับภาพยนตร์ การควบคุมผลทางภาพที่ต้องการโดยการเลือกใช้เลนส์ การวัดแสง การจัดแสง การจัดองค์ประกอบรวมในฉาก ศึกษาการกำกับภาพโดยใช้กล้องความคมชัดสูง

**DFM 496 หัวข้อเฉพาะทางภาพยนตร์** 3(1-4-4)

(Selected Topics in Film)

วิชาบังคับก่อน : DFM 233 การผลิตภาพยนตร์ดิจิทัล 1

หัวข้อเกี่ยวกับภาพยนตร์ที่กำลังเป็นที่สนใจในแวดวงวิชาชีพ ซึ่งมีความจำเป็นเร่งด่วนที่ต้องเปิดสอนเพิ่มเติมให้นักศึกษา

**DFM 497 การปรับแก้สีสำหรับภาพยนตร์ดิจิทัล** 3(1-4-4)

(Color Correction for Digital Film)

วิชาบังคับก่อน : DFM 233 การผลิตภาพยนตร์ดิจิทัล 1

ทฤษฎีการปรับแต่งสีในงานภาพยนตร์ดิจิทัล การใช้เครื่องมือปรับแต่งสีและการใช้ โปรแกรมการเกรดสี ฟิลเตอร์ และการมาสค์

DFM 498 การออกแบบงานสร้างภาพยนตร์

3(1-4-4)

(Production Design for Film)

วิชาบังคับก่อน : DFM 233 การผลิตภาพยนตร์ดิจิทัล 1

การออกแบบงานสร้าง การใช้อุปกรณ์ประกอบฉาก การทำงานร่วมกับผู้กำกับและผู้กำกับภาพ เพื่อกำหนดทิศทางการเล่นเรื่อง การสื่อความหมายในภาพยนตร์ ผ่านองค์ประกอบต่างๆ อาทิ ฉาก อุปกรณ์ประกอบฉาก สถานที่ และเครื่องแต่งกาย

## สาขาวิชาสื่อสารการแสดง

### (Performing Arts Communication)

#### วิชาชีพบังคับ

PAC 222 การแต่งหน้าและออกแบบเครื่องแต่งกาย 3(1-4-4)

(Make-up Techniques and Costume Design)

ทฤษฎีการแต่งหน้านักแสดงตามลักษณะนิสัยของตัวละครที่กำหนด การแต่งหน้าเพื่อเปลี่ยนบุคลิกและวัย เทคนิคพิเศษ การออกแบบเครื่องแต่งกายให้เหมาะสมกับบุคลิกตัวละครและแนวเรื่อง ฝึกปฏิบัติการแต่งหน้า ทำผม และออกแบบเครื่องแต่งกาย อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ การพิจารณาตรวจสอบความเหมาะสม

PAC 224 การจัดแสง 3(1-4-4)

(Lighting Techniques)

อุปกรณ์ในการจัดแสง ทฤษฎีแสงและปฏิบัติการจัดแสง สำหรับงานสื่อสารการแสดง การใช้แสงในการสื่อความหมาย อารมณ์ต่าง ๆ เช่น ละครเวที การแสดง แสง สี เสียง และงานโชว์ต่าง ๆ

PAC 225 การกำกับการแสดงเบื้องต้น 3(1-4-4)

(Fundamental of Directing)

บทบาทหน้าที่ แนวคิด วิธีการทำงานของผู้กำกับการแสดง ตัวอย่างผู้กำกับการแสดงที่มีชื่อเสียงของโลกและของไทย พร้อมผลงาน และฝึกปฏิบัติการกำกับการแสดงเบื้องต้น การสื่อสารกับนักแสดง การฝึกสอนนักแสดง

PAC 231 ปกิณกะสื่อสารการแสดง 3(1-4-4)

(Miscellaneous Performing Arts Communication)

การแสดงต่าง ๆ ที่น่าสนใจ ได้แก่ การแสดงหุ่น มายากล ญูโต การแสดงพื้นบ้าน ศิลปะการต่อสู้เพื่อการแสดง การเดินลีลาศ การแสดงบนท้องถนน ละครประเภทต่าง ๆ เป็นต้น ทดลองสร้างสรรค์งานแสดง โดยให้ความสำคัญกับวิธีการเล่าเรื่องและการใช้สัญลักษณ์

PAC 232 เทคนิคการแสดงเพื่อสื่อดิจิทัล 3(1-4-4)

(Acting Techniques for Digital Media)

ความหมาย บทบาท คุณสมบัติและเทคนิคการแสดงในการเป็นผู้ดำเนินรายการ ในรายการข่าว สารคดี และบันเทิง ตลอดจนฝึกปฏิบัติเพื่อเสริมสร้างทักษะการแสดงผ่านสื่อดิจิทัล



- PAC 233 การแสดงละครโทรทัศน์และภาพยนตร์** 3(1-4-4)  
(Television and Film Performing Arts)  
ความหมาย บทบาท คุณสมบัติของนักแสดง เทคนิคในการแสดงเป็นตัวละครในสื่อรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ ละครโทรทัศน์ ภาพยนตร์ มิวสิควิดีโอ และโฆษณา การศึกษา วิเคราะห์และตีความหมายบท การวิเคราะห์และตีความตัวละคร ตลอดจนฝึกปฏิบัติเพื่อเสริมสร้างทักษะการแสดงผ่านเทคโนโลยีด้านโทรทัศน์และภาพยนตร์
- PAC 311 การบริหารงานสื่อสารการแสดง** 3(2-2-5)  
(Performing Arts Communication Management)  
หลักการบริหารจัดการงานสื่อสารการแสดง การบริหารการผลิตการแสดงในสื่อแต่ละประเภท และการบริหารจัดการด้านอื่น ๆ ในเส้นทางธุรกิจบันเทิง โดยบริหารโครงการให้ได้รับการตอบรับจากผู้ชมอย่างมีคุณค่าต่อสังคม
- PAC 313 การสื่อสารการแสดงงานอีเวนต์ 1** 3(2-2-5)  
(Event Performing Arts Communication 1)  
แนวคิด ประเภท รูปแบบ ขั้นตอนการดำเนินงาน และฝึกปฏิบัติการวางแผน การออกแบบและสร้างสรรค์งานสื่อสารการแสดงงานอีเวนต์ขนาดเล็กที่ตอบสนองความต้องการของบุคคลและหน่วยงาน
- PAC 324 การเขียนบทเพื่อสื่อสารการแสดง** 3(1-4-4)  
(Scriptwriting for Performing Arts Communication)  
แนวคิดและหลักการเขียนบทเพื่อการแสดง เช่น บทละครเวที รายการโทรทัศน์ ภาพยนตร์สั้น มิวสิควิดีโอ และโฆษณา เป็นต้น ฝึกฝนการเขียนและวิเคราะห์บท  
Concepts and principles in scriptwriting for performance such as stage play, television program, short film, music video, advertisement, and so on through practicing writing and analyzing the script.
- PAC337 การสื่อสารอัตลักษณ์บนสื่อออนไลน์** 3(1-4-4)  
(Identity Communication on Online Media)  
ความคิดริเริ่ม กลยุทธ์ และการสร้างสรรค์อัตลักษณ์บนสื่อออนไลน์ เพื่อให้นักศึกษาได้นำมาปฏิบัติจริง โดยมีบทบาท ครีเอทีฟ นักแสดง ฝ่ายผลิต และการบริหารจัดการในฐานะ ผู้ดำเนินรายการในยูทูบ บล็อกเกอร์ ผู้รีวิวสินค้า และผู้สร้างผลกระทบทางวัฒนธรรมและเศรษฐกิจ เป็นต้น

**PAC428 การสื่อสารการแสดงงานอีเวนต์ 2** 3(1-4-4)

**(Event Performing Arts Communication 2)**

แนวคิด รูปแบบ ขั้นตอนการดำเนินงาน และฝึกปฏิบัติการวางแผน การออกแบบและสร้างสรรค์งานสื่อสารการแสดงในงานอีเวนต์ขนาดใหญ่ ได้แก่ งานเปิดตัวสินค้าและบริการ งานเทศกาลดนตรี งานเทศกาลการแสดง งานแสดง แสง สี เสียง งานพิธีเปิดปิดการแข่งขันกีฬาระดับชาติและนานาชาติ งานศิลปวัฒนธรรมและประเพณี เป็นต้น การเขียนโครงการงานแสดง การนำเสนอโครงการ การวางแผนการบริหารจัดการ และการประเมินโครงการ

**PAC 489 การฝึกงานวิชาชีพ** 1(0-40-20)

**(Internship)**

การไปฝึกงานภายนอกในองค์กรวิชาชีพที่ดำเนินงานด้านการสื่อสารการแสดงตามขั้นตอนที่ทางวิทยาลัยนิเทศศาสตร์กำหนดไว้ เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 8 สัปดาห์ และรับการประเมินผลการฝึกงานจากหน่วยงานที่นักศึกษาไปฝึกงาน โดยมีอาจารย์ที่ปรึกษาทำหน้าที่ประสานงานเพื่อดูแลให้คำแนะนำร่วมกับหน่วยงานที่นักศึกษาไปฝึกงานและเมื่อนักศึกษากลับมาจะต้องได้รับการประเมินผลจากการทำรูปเล่มรายงานการฝึกงานอีกด้วย

**PAC 492 ปริญญาานิพนธ์** 5(0-10-5)

**(Senior Project)**

วิชาบังคับก่อน : PAC 489 การฝึกงานวิชาชีพ และผ่านการศึกษารายวิชาวิชาชีพบังคับไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต หรือโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการสาขาวิชา  
ผลิตโครงการปริญญาานิพนธ์ในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับวิชาในสาขา ภายใต้การอนุมัติจากคณะกรรมการสาขาวิชา

**PAC 493 สหกิจศึกษา** 6(0-40-20)

**(Cooperative Education)**

หมายเหตุ : ผ่านการศึกษากลุ่มวิชาชีพไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต หรือโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการสาขาวิชา

ปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการทางวิชาชีพ เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 16 สัปดาห์ และนำเสนอผลงานพร้อมเอกสารประกอบ โดยความเห็นชอบของสถานประกอบการร่วมกับสาขาวิชา

## วิชาชีพเลือก

---

- PAC 111    **ปริทัศน์การสื่อสารการแสดง** 3(3-0-6)  
(Overview to Performing Arts Communication)  
พื้นฐานของการสื่อสารการแสดง ทั้งในด้านการเล่าเรื่อง การแสดง การออกแบบ การกำกับ  
การแสดง และการบริหารจัดการ บริบททางประวัติศาสตร์ที่แวดล้อมพัฒนาการด้านสื่อสารการแสดงใน  
พิธีกรรม สื่อพื้นบ้าน ละครเวที ภาพยนตร์ วิทยุ โทรทัศน์ สื่อดิจิทัล และงานอีเวนต์
- PAC 112    **พื้นฐานการแสดง** 3(1-4-4)  
(Fundamental of Acting)  
ฝึกทักษะการแสดงเบื้องต้น โดยเน้นการแสดงแบบสมจริงซึ่งเป็นรูปแบบการแสดงหลักในงาน  
แสดงทั่วไป เช่น ประเภทการแสดง รูปแบบและวิชาการแสดงสำหรับการแสดงประเภทต่าง ๆ ละครเวที ละคร  
โทรทัศน์ และภาพยนตร์
- PAC 221    **การสร้างและออกแบบฉาก** 3(2-2-5)  
(Scene Design and Construction)  
รูปแบบและสไตล์ของฉาก ประเภทของเครื่องประกอบฉาก อุปกรณ์และเทคนิคในการสร้าง  
งานฉาก แนวคิดและหลักการออกแบบฉากเบื้องต้น จัดการเรียนรู้การสอนเป็นภาษาอังกฤษ
- PAC 223    **เทคโนโลยีเพื่องานสื่อสารการแสดง** 3(1-4-4)  
(Technology for Performing Arts Communication)  
เทคโนโลยีต่างชนิดที่สามารถประยุกต์ใช้ในงานสื่อสารการแสดงต่างรูปแบบ เช่น การผลิต  
วีดิทัศน์ การลงเสียง การตัดต่อ การแสดงกลางแจ้ง ฯลฯ พร้อมทั้งฝึกฝนการใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ ตามความ  
ถนัดและความสนใจให้สามารถเลือกประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับแต่ละชิ้นงานได้ จนสามารถประเมินศักยภาพ  
ทางการสื่อสารการแสดงและความเหมาะสมในการใช้งานได้
- PAC 226    **การเคลื่อนไหวเพื่อการสื่อสารการแสดง** 3(2-2-5)  
(Movement for Performing Arts Communication)  
ดนตรีและการเคลื่อนไหวในการแสดงประเภทต่าง ๆ การใช้ร่างกายในการสื่อสาร  
(ภาษากาย) เพื่อให้เหมาะสมกับเนื้อหา อารมณ์ ความหมาย และประเภทของสื่อ
- PAC 227    **การขับร้องเพื่อการสื่อสารการแสดง** 3(2-2-5)  
(Singing for Performing Arts Communication)  
การขับร้องในงานแสดงประเภทต่าง ๆ เช่น การขับร้องบนเวที ละครเพลง เป็นต้น

- PAC 229    **การพากย์** 3(1-4-4)  
(Dubbing)  
การสร้างสรรค์เสียงในงานสื่อสารการแสดง การพากย์เสียงตัวละครในงานละครวิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ สปอตโฆษณา และการสร้างบุคลิกเสียงบรรยายในงานสื่อสารการแสดงต่าง ๆ
- PAC 234    **ผู้ดำเนินรายการงานอีเวนต์** 3(2-2-5)  
(Event Mic Controller)  
ความหมาย บทบาท คุณสมบัติของผู้ดำเนินรายการ และฝึกปฏิบัติดำเนินรายการงาน อีเวนต์ ฝึกปฏิบัติดำเนินรายการงานอีเวนต์ ได้แก่ งานแต่งงาน งานประกวดต่าง ๆ งานแสดง แสง สี เสียง งานเปิดตัวสินค้า เป็นต้น
- PAC 235    **การคัดเลือกและฝึกฝนนักแสดง** 3(1-4-4)  
(Casting and Coaching)  
บทบาทและหน้าที่ของผู้ทำการคัดเลือกนักแสดง วิธีการจัดหาและคัดเลือกนักแสดงให้เหมาะสมกับบุคลิกลักษณะของตัวละครในงานประเภทต่าง ๆ การนำเสนอการคัดเลือกนักแสดง และการฝึกฝนนักแสดง
- PAC 325    **การออกแบบงานดิจิทัลเพื่อการสื่อสารการแสดง** 3(1-4-4)  
(Digital Design Concept and Visualization)  
การออกแบบงานดิจิทัลเพื่อนำเสนอแนวคิดทางการสื่อสารในงานสื่อสารการแสดง เช่น กระบวนการออกแบบ การสร้างภาพพิเศษ การตกแต่งตัดต่อภาพประกอบและภาพเคลื่อนไหว การตกแต่งตัดต่อเสียง และตัวอักษร
- PAC 329    **การเขียนบทละครเวที โทรทัศน์ และภาพยนตร์** 3(1-4-4)  
(Play, T.V. Drama and Screen Play Writing)  
หลักการและวิธีการในการเขียนบทละครเวที บทละครโทรทัศน์และบทภาพยนตร์ การพัฒนาโครงเรื่อง การกำหนดฉาก การเขียนบทสนทนา ฝึกฝน การเขียน และวิเคราะห์บท
- PAC 332    **การแสดงขั้นสูง** 3(1-4-4)  
(Advanced Acting)  
ฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์และตีความ เพื่อนำเสนอบทบาทการแสดงอย่างสร้างสรรค์และเหมาะสมกับรูปแบบการแสดงและละครประเภทต่าง ๆ

สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร  
(Public Relations and Corporate Communication)

รายวิชาซีพีบังคับ

- PRC 234 การออกแบบกราฟิกเพื่อการสื่อสารองค์กรและสื่อออนไลน์ 3(1-4-4)  
(Graphic Design for Corporate Communication and Online Media)  
แนวคิด คุณลักษณะ องค์ประกอบ การออกแบบกราฟิกในการสื่อสารองค์กรและสื่อออนไลน์ การออกแบบอัตลักษณ์ขององค์กรหรือแบรนด์สินค้า ได้แก่ โลโก้ นามบัตร หัวจดหมายและซองจดหมาย เอกสารข่าว แจก ไปสเตอร์ และการประยุกต์ใช้ในสื่อออนไลน์
- PRC 238 การสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลเพื่อการสื่อสารองค์กร 3(1-4-4)  
(Creative Digital Media for Corporate Communication)  
แนวคิด หลักการ เทคนิค การผลิตสื่อดิจิทัลประกอบด้วย ข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียง วิดิทัศน์ การนำเสนอ และการประยุกต์ใช้สื่อเพื่อการสื่อสารองค์กร
- PRC 330 การประเมินผลการสื่อสารองค์กร 3(2-2-5)  
(Evaluation for Corporate Communication)  
แนวคิด หลักการ การประยุกต์ใช้งานวิจัย และการใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ การติดตาม ประเมินผลสื่อออนไลน์ และสื่อออฟไลน์ รวมทั้งกิจกรรม โครงการในการสื่อสารองค์กร
- PRC 332 การรณรงค์เพื่อการสื่อสารองค์กร 3(2-2-5)  
(Corporate Communication Campaign)  
แนวคิด การปฏิบัติในการรณรงค์งานสื่อสารองค์กร การวางแผน การดำเนินการ การเผยแพร่ การจัดกิจกรรม การนำเสนอโครงการ และการติดตาม ตรวจสอบ ประเมินผลโครงการรณรงค์เพื่อการสื่อสารองค์กร
- PRC 334 การบริหารงานประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร 3(3-0-6)  
(Public Relations and Corporate Communication Management)  
แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารองค์กร กลยุทธ์และเทคนิคการบริหารงานประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร การบริหารภาพลักษณ์องค์กร การจัดโครงสร้างองค์กร การจัดบุคลากร การสื่อสารองค์กร งบประมาณ การควบคุมและการวัดประเมินผลการบริหารงานให้เป็นไปตามแผนการประชาสัมพันธ์และเป้าหมายขององค์กร รวมไปถึงการประชาสัมพันธ์ระหว่างประเทศ

**PRC 336 การสร้างสรรค์และเทคนิคการนำเสนอเพื่อการสื่อสารองค์กร 3(2-2-5)**  
(Creative and Presentation Techniques for Corporate Communication)

หลักการ วิธีการ การสร้างสรรค์เนื้อหา การเล่าเรื่อง การประยุกต์ข้อมูลเพื่อการนำเสนอผ่านเพื่อการสื่อสารองค์กรในสื่อดิจิทัลและสื่อออนไลน์ เช่น วารสารอิเล็กทรอนิกส์ เว็บแบนเนอร์ คลิปวิดีโอ อินโฟกราฟิก เป็นต้น รวมถึงการพัฒนาเทคนิคของผู้นำเสนอ

**PRC 339 การวางแผนและการจัดการภาวะวิกฤติในองค์กร 3(3-0-6)**  
(Public Relations Planning and Crisis Management)

แนวคิด หลักการ เทคนิค กรณีศึกษา การอภิปราย การสร้างสรรค์แผนเพื่อประชาสัมพันธ์ การจัดการภาวะวิกฤติ การบริหารประเด็น การนำเสนอแผนงานการประชาสัมพันธ์ และการนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม

**PRC 346 การสร้างสรรค์ประสบการณ์ดิจิทัลและกิจกรรมออนไลน์ 3(2-2-5)**  
(Creative Digital Experience and Online Activity)

แนวคิด วิธีการ การวิเคราะห์ผู้รับสารในสังคมดิจิทัล การวางแผนกลยุทธ์และสร้างสรรค์ประสบการณ์ผู้รับสารผ่านสื่อดิจิทัล การสร้างการรับรู้และการตอบสนองต่อเนื้อหาในกิจกรรมออนไลน์เพื่อภาพลักษณ์องค์กร ธุรกิจ และตราสินค้า

**PRC 437 การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด 3(3-0-6)**  
(Marketing Public Relations)

หลักการ แนวคิด และการวางนโยบายการประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการตลาด การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ พฤติกรรมผู้บริโภค การวิจัย การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ การสร้างสรรค์กิจกรรมพิเศษ การบริหารตราสินค้า การบริหารประสบการณ์และสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย และการวัดประเมินผลการประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการตลาด

**PRC 440 การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสำหรับการประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร \*3(3-0-6)**  
(Stakeholder Analytics for Public Relations and Corporate Communication)

ความสำคัญ ลักษณะ และการก่อตัวของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งปัจเจกบุคคลและกลุ่มบุคคล กระบวนการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น ความสนใจ ความต้องการทัศนคติ การตัดสินใจ พฤติกรรม สภาพแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรม ความสัมพันธ์ระหว่างการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ผ่านช่องทางการสื่อสารหลากหลายประเภททั้งสื่อออนไลน์และสื่อประเภทอื่นๆ

PRC 496 **การศึกษาค้นคว้าอิสระทางวิชาชีพ \*** 3(3-0-6)  
(Independent Study)

การศึกษาค้นคว้าอิสระในประเด็นการประชาสัมพันธ์ กรณีศึกษา การค้นคว้า รวบรวม วิเคราะห์  
สังเคราะห์ข้อมูลเฉพาะเรื่อง นำเสนอผลงาน สามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม

PRC 489 **การฝึกงานวิชาชีพ \*\*** 1(0-40-20)  
(Internship)

หมายเหตุ : ผ่านการศึกษากลุ่มวิชาชีพไม่น้อยกว่า 27 หน่วยกิต หรือโดยความเห็นชอบของคณะ  
กรรมการสาขาวิชา โดยมีระยะเวลาในการฝึกงานวิชาชีพไม่น้อยกว่า 8 สัปดาห์

เมื่อนักศึกษาได้ศึกษารายวิชาต่างๆ จำนวนหนึ่งแล้ว นักศึกษาจะต้องออกไปฝึกงานตามสถาบัน  
หรือหน่วยงานวิชาชีพต่างๆ ตามความสนใจและสอดคล้องกับสาขาวิชาที่ศึกษา โดยอยู่ในความควบคุมและ  
ประเมินผลของสาขา

PRC 492 **ปริญญานิพนธ์ \*\*** 5(0-10-5)  
(Senior Project)

ผลิตปริญญานิพนธ์ตามแนววิชาชีพการประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ภายใต้ การดูแลและ  
ให้คำปรึกษาของคณะกรรมการที่ปรึกษา และนำเสนอผลงานก่อนจบการศึกษา

PRC 493 **สหกิจศึกษา \*\*** 6(0-40-20)  
(Cooperative Education)

หมายเหตุ : ผ่านการศึกษากลุ่มวิชาชีพไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต หรือโดยความเห็นชอบคณะ  
กรรมการสาขาวิชา โดยมีระยะเวลาในการฝึกงานวิชาชีพ ไม่น้อยกว่า 16 สัปดาห์

ปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการทางวิชาชีพการประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร และนำ  
เสนอผลงานพร้อมเอกสารประกอบ ภายใต้การดูแลของคณะกรรมการสหกิจศึกษาและสถานประกอบการ

#### รายวิชาชีพเลือก

PRC 133 **ศาสตร์และศิลป์ของการประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร** 3(3-0-6)  
(Science and Arts of Public Relations and Corporate Communication)

ความหมาย แนวคิด หลักการความเป็นศาสตร์และศิลป์ของการประชาสัมพันธ์ในองค์กร  
ประเภทต่างๆ การประยุกต์ใช้กลยุทธ์ทางการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจในบริบทหลากหลาย โดยคำนึงถึง  
ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา สังคม และจริยธรรม ที่ส่งต่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ การ  
วิเคราะห์เนื้อหา วิธีการหรือกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และประชาคม

- PRC 231 การสร้างเนื้อหาเพื่อการประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร** 3(2-2-5)  
(Content Creation for Public Relations and Corporate Communication)  
ทักษะ กลยุทธ์ เทคนิค รูปแบบการสร้างเนื้อหาการเขียนในงานประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร เช่น ข่าว การแจ้งข่าวสาร การเขียนข้อความเพื่อสร้างภาพลักษณ์ การเขียนที่แจ้งในภาวะวิกฤต การเขียนเพื่อรักษาชื่อเสียง การเขียนเพื่อส่งเสริมการตลาด การเขียนเชิงสร้างสรรค์ ตลอดจนการกำหนดเนื้อหาสาร การสร้างประเด็นสาร การนำเสนอและเผยแพร่สารไปยังแพลตฟอร์มต่าง ๆ ทั้งออนไลน์และออฟไลน์
- PRS 237 การถ่ายภาพและสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ และสื่อสารองค์กร** 3(2-2-5)  
(Photography and Creating Digital Media for Public Relations and Corporate Communication)  
ทฤษฎี หลักการ เทคนิค การนำเสนอ และการออกแบบภาพถ่าย เพื่อใช้ในงานประชาสัมพันธ์ ประเภทต่าง ๆ การฝึกปฏิบัติถ่ายภาพสำหรับงานประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร
- PRC 338 การประชาสัมพันธ์ในการผสมผสานข้อมูลและความบันเทิง** 3(2-2-5)  
(Public Relations in Infotainment)  
หลักการ กลยุทธ์การนำเสนอข้อมูล การวิเคราะห์เนื้อหา รูปแบบของการจัดกิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร โดยผสมผสานข้อมูลข่าวสารและความบันเทิง การจัดกิจกรรมพิเศษ กิจกรรมทางการประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อดิจิทัลที่มีความหลากหลาย การเป็นยูทูบเบอร์และผู้มีอิทธิพล
- PRC 341 การประชาสัมพันธ์ในการสื่อสารเพื่อสุขภาพ** 3(3-0-6)  
(Public Relations in Health Communication)  
แนวคิด ความสำคัญ บทบาท และองค์ประกอบของการสื่อสารด้านสุขภาพ ผสานกับทฤษฎี และกิจกรรมทางการประชาสัมพันธ์ในการให้ความรู้ ภาพลักษณ์ ประชาชน และการรณรงค์ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาด้านสุขภาพของสังคม
- PRC 342 การประชาสัมพันธ์เพื่อธุรกิจการโรงแรมและการท่องเที่ยว** 3(3-0-6)  
(Public Relations for Hotel and Tourism Business)  
แนวคิดเกี่ยวกับการโรงแรม การท่องเที่ยว การตลาด และพฤติกรรมนักท่องเที่ยว กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ธุรกิจโรงแรมและการท่องเที่ยว การวางแผนงาน การแข่งขัน การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่งานประชาสัมพันธ์ธุรกิจการโรงแรมและการท่องเที่ยว ตลอดจน การวิเคราะห์สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยว



**PRC 435 การประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กรในระดับสากล 3(3-0-6)**

**(Global Public Relations and Corporate Communication)**

แนวคิด ทฤษฎี กรณีศึกษา การวิเคราะห์การประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กรของนานาชาติ ประเทศและหน่วยงานทุกประเภทในระดับสากล จากมุมมองเชิงท้องถิ่น ประเทศ ภูมิภาค และสากล รวมทั้งสถานการณ์ปัจจุบัน และปัจจัยที่เกี่ยวข้อง เช่น ความหลากหลายทางวัฒนธรรม กฎหมายระหว่างประเทศ และจรรยาบรรณระดับนานาชาติ

**PRC 436 การพัฒนาบุคลิกภาพของนักประชาสัมพันธ์ 3(3-0-6)**

**(Personality Development of Public Relations Practitioner)**

แนวคิด ทฤษฎี คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักประชาสัมพันธ์ จริยธรรมและจรรยาบรรณ และการปฏิบัติเพื่อการพัฒนาบุคลิกภาพนักประชาสัมพันธ์

## สาขาวิชาวิทยุและโทรทัศน์มัลติแพลตฟอร์ม (Multi-Platform Radio and Television)

### วิชาชีพบังคับ

- MRT 111 **ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวิทยุและโทรทัศน์มัลติแพลตฟอร์ม** 3(3-0-6)  
(Introduction to Multi-Platform Radio and Television)  
ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวิทยุและโทรทัศน์มัลติแพลตฟอร์มในเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม สังคม เทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ จริยธรรม จรรยาบรรณและวิสัยทัศน์เชิงวิชาชีพในอุตสาหกรรมสื่อ
- MRT 221 **การสร้างสรรค์เสียงในงานสื่อ** 3(1-4-4)  
(Sound Design for Media)  
หลักการเขียนบทและการสร้างสรรค์เสียงเพื่อใช้ในงานสื่อประเภทต่าง ๆ การวางแผนเตรียมการผลิต และการฝึกฝนทักษะการผสมเสียง เพื่อให้เกิดงานศิลปะของการสื่อความหมายในรายการประเภทต่าง ๆ ทางวิทยุและโทรทัศน์มัลติแพลตฟอร์ม กรณีศึกษาเกี่ยวกับการสร้างสรรค์เสียงในงานสื่อวิทยุและโทรทัศน์มัลติแพลตฟอร์ม
- MRT 222 **การสร้างสรรค์บทรายการโทรทัศน์มัลติแพลตฟอร์ม** 3(1-4-4)  
(Scriptwriting for Multi-Platform Television Program)  
หลักเบื้องต้นในการสร้างสรรค์รายการ และแนวคิดในการเขียนบทเพื่อรายการประเภทต่าง ๆ ทางโทรทัศน์มัลติแพลตฟอร์ม เช่น ข่าว สารคดี ปกตินกะ ละคร และ มิวสิควีดีโอ ฝึกหัดการเขียนวิจารณ์วิเคราะห์และสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์
- MRT 322 **การผลิตรายการโทรทัศน์มัลติแพลตฟอร์ม** 3(1-4-4)  
(Program Production for Multi-Platform Television)  
หลักการผลิตรายการโทรทัศน์มัลติแพลตฟอร์ม การสร้างแนวคิดเพื่อพัฒนาเป็นรายการ การวางแผน การเตรียมการผลิต การออกแบบสร้างสรรค์รูปแบบรายการ การตัดต่อรายการ การประเมินผลรายการ ฝึกทักษะการใช้อุปกรณ์เพื่อการผลิตรายการประเภทต่าง ๆ ทั้งในการผลิตในสตูดิโอและการผลิตภาคสนาม

- MRT 323 **กลยุทธ์การจัดและส่งเสริมรายการวิทยุและโทรทัศน์มัลติแพลตฟอร์ม** 3(3-0-6)  
(Programming and Promotion Strategies for Radio and Television Multi-Platform)  
หลักการและกลยุทธ์การจัดโปรแกรมรายการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ การวิเคราะห์ผู้ชม การตลาดและเทคนิคการส่งเสริมรายการ การประเมินรายการ การทำแผนการจัดและการส่งเสริมรายการทางวิทยุโทรทัศน์ให้สอดคล้องกับสถานการณ์สื่อในยุคดิจิทัล
- MRT 370 **ศิลปะเพื่อการออกแบบฉากและการจัดแสง** 3(1-4-4)  
(Art for Set Design and Lighting)  
ศิลปะการออกแบบฉากและการจัดแสง องค์ประกอบศิลป์ การสร้างสรรค์ฉากสำหรับรายการประเภทต่าง ๆ โปรแกรมการออกแบบฉาก เทคนิคการสร้างฉาก อุปกรณ์และเทคนิคในการจัดแสงทั้งการถ่ายทำในสตูดิโอโทรทัศน์และนอกสถานที่ สำหรับงานวิทยุและโทรทัศน์งานมัลติแพลตฟอร์ม
- MRT 381 **เทคนิคการแสดงทางวิทยุและโทรทัศน์** 3(1-4-4)  
(Acting Technique for Radio and Television)  
ฝึกฝนการจัดระเบียบความคิดภายใน เพื่อการแสดงหลากหลายระดับตั้งแต่การสัมภาษณ์ ดำเนินรายการ จนถึงเป็นตัวละคร พร้อมย้อนมองตนเองผ่านทฤษฎีการแสดง
- MRT 390 **การตัดต่อเพื่องานวิทยุและโทรทัศน์มัลติแพลตฟอร์ม** 3(1-4-4)  
(Post Production for Multi-Platform Radio and Television)  
ฝึกฝนทักษะการตัดต่อและการสร้างสรรค์กราฟิกในรายการวิทยุและโทรทัศน์มัลติแพลตฟอร์ม ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ต่าง ๆ เช่น การตัดต่อลำดับรายการ การตกแต่งภาพ การตัดต่อเสียง การสร้างภาพพิเศษ การทำไตเติ้ลและโลโก้รายการ
- MRT 420 **ข่าววิทยุและโทรทัศน์มัลติแพลตฟอร์ม** 3(1-4-4)  
(Multi-Platform Radio and Television News)  
ความหมาย ความสำคัญ และคุณค่าของข่าวกระจายเสียงและข่าวบนสื่อมัลติแพลตฟอร์ม ศึกษาและปฏิบัติการสื่อข่าว การเขียนข่าว การรายงานข่าว การผลิตข่าวและการบรรณาธิการข่าวเบื้องต้น การปรับจากข่าววิทยุโทรทัศน์ไปสู่มัลติแพลตฟอร์มในรูปแบบต่าง ๆ รวมถึงจริยธรรมและจรรยาบรรณในการผลิตและการนำเสนอข่าวกระจายเสียงในยุคดิจิทัล
- MRT 422 **หลักการวิจารณ์รายการทางวิทยุและโทรทัศน์มัลติแพลตฟอร์ม** 3(3-0-6)  
(Principles of Multi-Platform Radio and Television Program Criticism)  
ทฤษฎีการวิจารณ์ของนักวิจารณ์ที่สำคัญ ศึกษาวิธีการพิจารณา วิเคราะห์รายการรวมทั้งการ

แสดงทางวิทยุและโทรทัศน์มัลติแพลตฟอร์ม คุณสมบัติของนักวิจารณ์ที่ดี ฝึกฝนการวิจารณ์เพื่อประเมินและ  
พัฒนาคุณภาพรายการและสามารถนำเสนอทางสื่อมวลชนหรือการอภิปราย กรณีศึกษาเกี่ยวกับการวิจารณ์  
รายการทางวิทยุและโทรทัศน์มัลติแพลตฟอร์ม

**MRT 489 การฝึกงานวิชาชีพ** 1(0-40-20)  
(Internship)

รายวิชาบังคับก่อน : ผ่านการศึกษากลุ่มวิชาชีพไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต

หรือโดยเห็นชอบของคณะกรรมการสาขาวิชา

เมื่อนักศึกษาได้ศึกษารายวิชาต่าง ๆ จำนวนหนึ่งแล้ว นักศึกษาจะต้องออกไปฝึกงานตามสถาบัน  
หรือหน่วยงานวิชาชีพต่าง ๆ ตามความสนใจและสอดคล้องกับสาขาวิชาที่ศึกษา ไม่น้อยกว่า 8 สัปดาห์ โดย  
อยู่ในความควบคุมและประเมินผลของสาขา

**MRT 491 สัมมนาวิทยุและโทรทัศน์มัลติแพลตฟอร์ม** 3(3-0-6)  
(Seminar in Multi-Platform Radio and Television)

วิชาบังคับก่อน : นักศึกษาสาขาวิชาวิทยุและโทรทัศน์ชั้นปีที่ 3

วิเคราะห์ปัญหาต่าง ๆ เกี่ยวกับศิลปะการสื่อสารทางวิทยุและโทรทัศน์มัลติแพลตฟอร์มโดย  
เฉพาะจากผู้ประกอบอาชีพในด้านนี้ เพื่อเพิ่มพูนความรู้ ความคิดและขยายประสบการณ์

**MRT 492 ปรินญาณิพนธ์** 5(0-10-5)  
(Senior Project)

วิชาบังคับก่อน : ผ่านการศึกษากลุ่มวิชาชีพไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต

หรือโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการสาขาวิชา

เขียนหรือผลิตโครงการปรินญาณิพนธ์ ในหัวข้อที่ตนสนใจและสอดคล้องกับสาขาวิชาที่ได้  
ศึกษามาโดยอยู่ในความดูแลและประเมินผลของคณะกรรมการสาขาวิชา ทั้งนี้ก่อนการเขียนหรือผลิตโครง  
การฯ นักศึกษาจะต้องผ่านการฝึกงานวิชาชีพไม่น้อยกว่า 8 สัปดาห์

**MRT 493 สหกิจศึกษา** 6(0-40-20)  
(Cooperative Education)

วิชาบังคับก่อน : ผ่านการศึกษากลุ่มวิชาชีพไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต

หรือโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการสาขาวิชา

ปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการทางวิชาชีพ เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 16 สัปดาห์ และนำเสนอ  
ผลงานพร้อมเอกสารประกอบโดยความเห็นชอบของสถานประกอบการร่วมกับสาขาวิชา

## รายวิชาซีพีเลือก

---

- MRT 224 การรู้เท่าทันข่าวปลอมบนสื่อวิทยุโทรทัศน์มัลติแพลตฟอร์ม 3(3-0-6)  
(Fake News Literacy on Radio and Television Multi-Platform)  
ความหมาย คุณลักษณะ ประเภทของข่าวปลอมบนสื่อวิทยุโทรทัศน์มัลติแพลตฟอร์ม วิเคราะห์ที่มาและแรงจูงใจ วิธีการสืบค้นและตรวจสอบข้อมูล หลักกฎหมายที่เกี่ยวข้องและแนวทางการป้องกันตนเอง กรณีศึกษาการรู้เท่าทันข่าวปลอมบนสื่อวิทยุโทรทัศน์มัลติแพลตฟอร์ม
- MRT 225 อุตสาหกรรมบันเทิงกับสื่อวิทยุโทรทัศน์มัลติแพลตฟอร์ม 3(3-0-6)  
(Entertainment Industry and Television Multi-Platform)  
แนวคิดเรื่องอุตสาหกรรมบันเทิงของสื่อวิทยุโทรทัศน์มัลติแพลตฟอร์มเกี่ยวกับ กลยุทธ์ ระบบการผลิต การสร้างสรรค์ การจัดการ การจัดจำหน่าย การสร้างรายได้ และความสัมพันธ์กับระบบสังคมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์
- MRT 226 การสร้างไอดอล 3(3-0-6)  
(Idol Creation)  
หลักการและแนวทางการสื่อสารเพื่อสร้างตัวตนบนสื่อวิทยุและโทรทัศน์มัลติแพลตฟอร์ม แนวคิดและวิธีการสื่อสาร การสร้างแรงบันดาลใจแบบอย่างของผู้สร้างแรงบันดาลใจ ทักษะการบริหารจัดการตนเองและทีมเพื่อการพัฒนาต่อยอดบนหลากหลายแพลตฟอร์ม กรณีศึกษาการสื่อสารเพื่อสร้างตัวตนบนสื่อวิทยุและโทรทัศน์มัลติแพลตฟอร์ม
- MRT 321 การสร้างสรรค์รายการพอดแคสต์และรายการสด 3(3-0-6)  
(Podcast and Live Production)  
เทคนิคและการสร้างสรรค์รายการพอดแคสต์และรายการสด ฝึกปฏิบัติการวางแผนและการผลิตรายการ การควบคุมการผลิตรายการที่เหมาะสม เพื่อประโยชน์สาธารณะต่อผู้รับสารและสังคมโดยรวม กรณีศึกษาการสร้างสรรค์รายการพอดแคสต์และรายการสด.
- MRT 429 รายการเกมโชว์และเรียลลิตี้โชว์ 3(1-4-4)  
(Game Show and Reality Show)  
แนวคิดทฤษฎี ประวัติ คุณลักษณะในการผลิตรายการเกมโชว์และเรียลลิตี้โชว์ เริ่มต้นจากกระบวนการคิด การวางแผน หลักเกณฑ์ในการผลิต ข้อจำกัด ตลอดจนคุณค่าของรายการ

- MRT 484   ละครโทรทัศน์เชิงสร้างสรรค์และพัฒนาสังคม** 3(3-0-6)  
(Creative TV Drama Series for the Development of the Thai Society)  
คำนิยามและประเภทของละครชุดโทรทัศน์เชิงสร้างสรรค์ เช่น ส่งเสริมความรู้ศิลปวัฒนธรรม เสริมสร้างความมั่นคงของชาติ ส่งเสริมและสวัสดิการเด็กและสตรีและครอบครัว ส่งเสริมการกีฬา ความเท่าเทียมกันในด้านสังคม อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ความสามารถในการแข่งขัน การพัฒนาศักยภาพคนด้านต่าง ๆ แนวคิดและวิธีจำแนกประเภท เกณฑ์ในการแยกประเภท กลยุทธ์การสร้างละครชุดโทรทัศน์แต่ละประเภท กระบวนการเขียนบทให้สอดคล้องกับช่องทางที่นำเสนอ หลักและวิธีการในการผลิตโดยยึดประเภทของงานสร้างสรรค์ เทคโนโลยีและอุปกรณ์ในการผลิตละครชุด หลักและวิธีการประเมินคุณค่า
- MRT 494   หัวข้อเฉพาะทางวิทยุและโทรทัศน์มัลติแพลตฟอร์ม** 3(3-0-6)  
(Selected Topic of Multi-Platform Radio and Television)  
ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์มัลติแพลตฟอร์มที่กำลังอยู่ในความสนใจในสังคม ซึ่งมีความจำเป็นเร่งด่วนที่ต้องทำความเข้าใจ
- MRT 495   การเล่าเรื่องในงานโทรทัศน์มัลติแพลตฟอร์ม** 3(3-0-6)  
(Narration in Multi-Platform Television Program)  
ความหมายและความสำคัญของเรื่องเล่าที่มีต่อสังคม ชนิดของเรื่องเล่า และองค์ประกอบพื้นฐานของเรื่องเล่า ตลอดจนโครงสร้างการเล่าเรื่อง และศิลปะการเล่าเรื่องในรายการโทรทัศน์มัลติแพลตฟอร์ม
- MRT 496   สุนทรียภาพทางสื่อวิทยุและโทรทัศน์** 3(3-0-6)  
(Aesthetics in Radio and Television)  
ทฤษฎีและคำนิยามของสุนทรียภาพ ประวัติและพัฒนาการทางสุนทรียภาพ การใช้ภาษาและรหัสแห่งสุนทรียภาพในสื่อวิทยุและโทรทัศน์ทั้งที่ผ่านมาและในสังคมร่วมสมัย ชีวิตวัฒนธรรมที่ปรากฏทางสื่อวิทยุและโทรทัศน์ เช่น แพนประจำ การรับฟังรับชมโดยได้รับคุณค่าทางด้านจิตใจของผู้ชมของผู้ชมแต่ละกลุ่มและการรู้เท่าทันสื่อ
- MRT 498   การผลิตรายการบนยูทูปและสื่อสตรีมมิ่ง** 3(3-0-6)  
(Production on YouTube and Streaming Media)  
แนวคิด หลักการ เทคโนโลยี ขั้นตอนและวิธีการผลิตรายการบนยูทูปและสื่อสตรีมมิ่ง เช่น เฟซบุ๊กไลฟ์ ไลน์ทีวี และสื่อโซเชียลต่าง ๆ ฝึกทักษะในการดำเนินงานการผลิต การเผยแพร่ได้อย่างเหมาะสม และสามารถนำไปประยุกต์ใช้

## สาขาวิชานิเทศศาสตร์การกีฬา (Sports Communication)

### วิชาชีพบังคับ

- SPC 101    **การกีฬาเบื้องต้น**    3(3-0-6)  
(Basic of Sports)  
แนวคิด การนำเสนอ เกี่ยวกับกีฬาในกระแสโลก มหกรรมกีฬาสำคัญ ระบบการแข่งขัน องค์ประกอบของการแข่งขัน องค์ประกอบของทีมกีฬา และการประยุกต์ใช้ในบริบทของสังคมกีฬา
- SPC 111    **ความรู้เบื้องต้นทางนิเทศศาสตร์การกีฬา**    3(3-0-6)  
(Introduction to Sports Communication)  
ความหมาย แนวคิดเกี่ยวกับการกีฬา ประวัติศาสตร์และอุดมการณ์การกีฬา วิวัฒนาการด้านการสื่อสารการกีฬา อุตสาหกรรมกีฬา การถ่ายทอดเนื้อหาและข่าวการแข่งขันกีฬาผ่านสื่อ การสื่อสารองค์กรกีฬา ธุรกิจกีฬา กฎหมายและจริยธรรมเพื่อการสื่อสารการกีฬา และการสื่อสารเพื่อการพัฒนาด้านกีฬา
- SPC 112    **การสร้างสร้งงานเขียนเพื่อการสื่อสารการกีฬา**    3(2-2-5)  
(Writing Creation for Sports Communication)  
แนวคิด การวิเคราะห์ประเด็น การลำดับความคิด การใช้ภาษาในการเขียน โครงสร้างและองค์ประกอบของการเขียน การแปลงข้อมูลจากสื่อต่างประเทศ และการประยุกต์งานเขียนผ่านสื่อประเภทต่างๆ รวมถึงการเตรียมข้อมูลและเนื้อหาเพื่อใช้ในการสื่อสารการกีฬา การเขียนสรุปข้อมูลและความต้องการที่จำเป็นในการผลิตงานเพื่อการสื่อสารการกีฬา
- SPC 214    **การวิจัยทางนิเทศศาสตร์การกีฬา**    3(3-0-6)  
(Sports Communication Research)  
วิธีการ แนวทาง และทักษะการวิจัยทางนิเทศศาสตร์การกีฬา การค้นคว้า การวิเคราะห์ข้อมูล การประยุกต์ข้อมูลทางสถิติ การค้นคืนข้อมูล จริยธรรมของการวิจัย การนำเสนอผลงานวิจัย และการนำผลการวิจัยไปใช้ประยุกต์เพื่องานนิเทศศาสตร์การกีฬา
- SPC 216    **การถ่ายภาพกีฬาขั้นสูง**    3(2-2-5)  
(Advanced Sports Photography)  
ทฤษฎี หลักการ และเทคนิคการถ่ายภาพกีฬาเพื่องานข่าว สารคดี สื่อโฆษณา และสื่อประชาสัมพันธ์ทางการกีฬา การวิเคราะห์ท่าทางการเคลื่อนไหวของประเภทกีฬา มุมกล้อง การสื่อความหมาย ภาพถ่ายภาพบรรยากาศการแข่งขัน การถ่ายภาพบุคคลและทีมกีฬา

**SPC 217 การผลิตข่าวสารการกีฬา 3(2-2-5)**  
**(Sports Information Production)**

แนวคิด วิธีการ กระบวนการสร้างสรรค์เนื้อหาด้ำนงานข่าวกีฬา เช่น ความพร้อมของทีม นักกีฬา  
โค้ช ผลการแข่งขัน การพยากรณ์ ฯลฯ งานด้ำนบทความ ภาพประกอบ และการออกแบบกราฟิก เพื่อการ  
สื่อสารการกีฬาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อดิจิทัล

**SPC 218 จิตวิทยาเพื่อนิเทศศาสตร์การกีฬา 3(3-0-6)**  
**(Psychology for Sports Communication)**

แนวคิดพฤติกรรมศาสตร์ด้ำนสังคมวิทยา แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค จิตวิทยาผู้บริโภค การ  
วิเคราะห์สถานการณ์และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในงานนิเทศศาสตร์การกีฬา ตลอดจนการ  
สร้างวัฒนธรรมเพื่อสื่อสารการกีฬา การสร้างประเด็น และคุณค่าในเชิงกีฬา เช่น การสร้างวีรบุรุษด้ำนการ  
กีฬา การสร้างฐานแฟนคลับ

**SPC 219 การผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อการสื่อสารการกีฬา 3(2-2-5)**  
**(Video Production for Sports Communication)**

หลักการ ขั้นตอนการผลิตสื่อวีดิทัศน์ การฝึกปฏิบัติ การวางแผน การสืบค้นข้อมูล การสร้างสรรค์  
เนื้อหา รวมถึงการประยุกต์ใช้เทคนิคในการนำเสนอและเผยแพร่งานภาพและเสียงเพื่อการสื่อสารการกีฬาใน  
สื่อดิจิทัล

**SPC 311 การบริหารองค์กรการกีฬา 3(3-0-6)**  
**(Sports Organizations Management)**

หลักการ แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารองค์กรทางการกีฬา การบริหารงานการสื่อสาร  
ขององค์กรกีฬา โครงสร้าง ขอบข่าย และหน้าที่ขององค์กรกีฬาประเภทต่างๆ ทั้งในองค์กรรัฐและองค์กร  
เอกชน เช่น สมาคมกีฬา สหพันธ์กีฬา สโมสรกีฬา และผู้ประกอบการทางด้านกีฬา ในองค์กรระดับชาติ และ  
ระดับนานาชาติ

**SPC 322 การสื่อสารแบรนด์กีฬา 3(3-0-6)**  
**(Sport Brand Communication)**

แนวคิด กลยุทธ์การสื่อสารแบรนด์กีฬา การตลาดด้ำนการกีฬา เช่น การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม  
ทางการตลาด การออกแบบเอกลักษณ์ การสร้างตราสินค้า การสร้างภาพลักษณ์ การสร้างมูลค่าทางการตลาด  
และการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรและกลุ่มเป้าหมาย

Concepts, Sports brand communications strategy for instance the marketing environment  
analysis, unique design, branding, imaging, marketing values and corporate relationship with target  
groups.



- SPC 324 **การจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อการสื่อสารการกีฬา** 3(3-0-6)  
(Special Events for Sports Communication)  
หลักการ การวางแผน การดำเนินงาน การนำเสนอ และการประเมินผลกิจกรรมพิเศษ เช่น การรณรงค์ การจัดกิจกรรมทางการกีฬา การจัดการแข่งขัน การประชาสัมพันธ์กิจกรรม การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเพื่อนิเทศศาสตร์กีฬา
- SPC 489 **การฝึกงานวิชาชีพ** 1(0-40-20)  
(Internship)  
เงื่อนไขรายวิชา : ผ่านการศึกษากลุ่มวิชาชีพไม่น้อยกว่า 27 หน่วยกิต หรือโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการสาขาวิชา โดยมีระยะเวลาในการฝึกงานวิชาชีพ ไม่น้อยกว่า 8 สัปดาห์  
เมื่อนักศึกษาได้ศึกษารายวิชาต่างๆ จำนวนหนึ่งแล้ว นักศึกษาจะต้องออกไปฝึกงานตามสถาบันหรือหน่วยงานวิชาชีพต่างๆ ตามความสนใจและสอดคล้องกับสาขาวิชาที่ศึกษา โดยอยู่ในความควบคุมและประเมินผลของสาขา
- SPC 492 **ปริญญาานิพนธ์** 5(0-10-5)  
(Senior Project)  
วิชาบังคับก่อน : ผ่านการศึกษากลุ่มวิชาชีพไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต หรือโดยความเห็นชอบคณะกรรมการสาขาวิชา  
ผลิตปริญญาานิพนธ์ตามแนววิชาชีพนิเทศศาสตร์การกีฬา และนำเสนอผลงานก่อนจบการศึกษา
- SPC 493 **สหกิจศึกษา \*** 6(0-40-20)  
(Cooperative Education)  
วิชาบังคับก่อน : ผ่านการศึกษากลุ่มวิชาชีพไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต หรือโดยความเห็นชอบคณะกรรมการสาขาวิชา  
ปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการทางวิชาชีพนิเทศศาสตร์การกีฬาเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 16 สัปดาห์ และนำเสนอผลงานพร้อมเอกสารประกอบ ภายใต้การดูแลของคณะกรรมการสหกิจศึกษาและสถานประกอบการ



- SPC 321    **การเป็นผู้ประกาศและบรรยายกีฬา**    3(3-0-6)  
(Sports Announcer and Commentator)  
ความรู้ และทักษะสำหรับการเป็นผู้ประกาศและ ผู้บรรยายกีฬา การสืบค้นข้อมูล การใช้เวลาศิลป์ การคิดเชิงวิเคราะห์ และจริยธรรมของการเป็นผู้ประกาศและบรรยายกีฬา
- SPC 326    **การนำเสนองานสื่อสารการกีฬา**    3(3-0-6)  
(Sports Communication Pitch)  
การนำเสนอสำหรับนิเทศศาสตร์การกีฬา เทคนิคการนำเสนอขั้นสูง ขั้นตอนการนำเสนอ เตรียม นำเสนอด้วยแบบจำลอง แผนงานการนำเสนอแบบสั้น สื่อการนำเสนอบุคลิกภาพผู้นำเสนอ การนำเสนอที่ สาธารณะ การประเมินผล และการนำไปใช้ประโยชน์
- SPC 494    **การศึกษาค้นคว้าอิสระ**    3(2-2-5)  
(Independent studies)  
การศึกษาค้นคว้าอิสระในประเด็นนิเทศศาสตร์การกีฬา กรณีศึกษา การค้นคว้า รวบรวม วิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูลเฉพาะเรื่อง แลกเปลี่ยนความคิดเห็น นำเสนอผลงานต่อสาธารณะ การนำไปใช้ประยุกต์ใช้ ทางวิชาชีพนิเทศศาสตร์การกีฬา

## สาขาวิชาการเขียนบทและการกำกับภาพยนตร์และโทรทัศน์ (Film and Television Writing and Directing)

### วิชาชีพบังคับ

- FWD 111 การภาพยนตร์และละครโทรทัศน์เบื้องต้น 3(2-2-5)  
(Introduction to Film and Television Drama)  
ความรู้เบื้องต้น ประวัติความเป็นมาของภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ศิลปะและภาษาของภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ ฝึกการเล่าเรื่องขนาดสั้น
- FWD 131 การแสดงเพื่อภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ 3(1-4-4)  
(Acting for Film and Television Drama)  
ฝึกพื้นฐานทางการแสดง การแสดงสีหน้าท่าทาง และอารมณ์ การเคลื่อนไหวส่วนต่าง ๆ ของร่างกายเพื่อสื่อความหมาย การทำความเข้าใจ และวิเคราะห์บท ตลอดจนหลักเกณฑ์และวิธีการแสดงสำหรับภาพยนตร์และละครโทรทัศน์
- FWD 211 ทฤษฎีจิตวิทยาสำหรับการเขียนบท 3(3-0-6)  
(Psychology for Advanced Scriptwriting)  
การผสมผสานศาสตร์ของจิตวิทยาและการเขียนบทภาพยนตร์ สร้างเรื่องและตัวละครโดยใช้หลักจิตวิทยา พัฒนาเรื่องจากการวิเคราะห์ตัวละคร วิเคราะห์ตัวละครจากภาพยนตร์ ละครโทรทัศน์และงานเขียนต่างๆ
- FWD 221 การเขียนบทภาพยนตร์ 1 3(3-0-6)  
(Film Screenwriting I)  
พื้นฐานการเขียนบทภาพยนตร์ แก่นเรื่อง ตัวละคร ความขัดแย้ง โครงเรื่อง และฉาก พัฒนาโครงเรื่องและโครงเรื่องขยายสำหรับบทภาพยนตร์สั้นและเขียนบทภาพยนตร์สั้นให้เสร็จสมบูรณ์จากโครงเรื่องขยาย
- FWD 222 การเขียนบทละครโทรทัศน์ 1 3(3-0-6)  
(Television Drama Scriptwriting I)  
พื้นฐานการเขียนบทละครโทรทัศน์ แก่นเรื่อง ตัวละคร ความขัดแย้ง โครงเรื่อง และฉาก การเขียนโครงร่างสำหรับบทละครโทรทัศน์ขนาดสั้น ประชุมเพื่อเขียนบทเป็นกลุ่มและร่วมกันเขียนบทละครโทรทัศน์ขนาดสั้นให้เสร็จสมบูรณ์

- FWD 231 การกำกับภาพยนตร์ 1** 3(1-4-4)  
(Directing for Film I)  
การกำกับในงานภาพยนตร์สั้น ทั้งการกำกับการแสดง และการควบคุมองค์ประกอบในภาพยนตร์ การตีความจากบท การฝึกซ้อม และการพัฒนานักแสดง เน้นการนำความรู้จากการกำกับภาพยนตร์ไปผลิตภาพยนตร์
- FWD 321 การเขียนบทภาพยนตร์ 2** 3(3-0-6)  
(Film Screenwriting II)  
การเขียนบทภาพยนตร์ดัดแปลง การเขียนบทภาพยนตร์ขนาดยาว การเขียนบทสำหรับภาพยนตร์ประเภทต่างๆ การเขียนบทสนทนา และวิเคราะห์บทสนทนาในภาพยนตร์
- FWD 323 การเขียนบทละครโทรทัศน์ 2** 3(3-0-6)  
(Television Drama Scriptwriting II)  
การเขียนบทดัดแปลงสำหรับละครโทรทัศน์ การเขียนโครงสร้าง เทคนิคการเชื่อมต่อเรื่อง การเขียนบทสนทนา การศึกษาบทละครที่ประสบความสำเร็จ ฝึกฝนการเขียนแบบรายบุคคลและแบบกลุ่ม ร่วมกันเขียนแบบกลุ่มเพื่อเขียนโครงเรื่องของละครโทรทัศน์ขนาดยาว
- FWD 331 การกำกับละครโทรทัศน์ 1** 3(1-4-4)  
(Directing for Television Drama I)  
การกำกับละครโทรทัศน์ การกำกับการแสดง และการควบคุมองค์ประกอบในละครโทรทัศน์ การตีความจากบท การฝึกซ้อม และการพัฒนานักแสดง การสื่อความหมายโดยการแสดง กำกับฉากละครโทรทัศน์และตีความหมายใหม่จากฉากในละครโทรทัศน์หรือบทละครโทรทัศน์ที่มีอยู่แล้วผ่านการถ่ายทำ
- FWD 332 การกำกับภาพยนตร์ 2** 3(1-4-4)  
(Directing for Film II)  
ตรวจสอบและวิเคราะห์รูปแบบของการกำกับภาพยนตร์ของผู้กำกับภาพยนตร์ โดยศึกษาทั้งผู้กำกับภาพยนตร์ไทยและภาพยนตร์ต่างประเทศ การกำกับภาพยนตร์สารคดี การกำกับภาพยนตร์ทดลอง วิเคราะห์และฝึกปฏิบัติการกำกับและผลิตภาพยนตร์สั้น
- FWD 431 การกำกับละครโทรทัศน์ 2** 3(1-4-4)  
(Directing for Television Drama II)  
ฝึกปฏิบัติการกำกับและผลิตละครโทรทัศน์ขนาดสั้นและวิเคราะห์รูปแบบของการกำกับละครโทรทัศน์ ของผู้กำกับละครโทรทัศน์ โดยศึกษาทั้งผู้กำกับละครไทยและละครต่างประเทศ

FWD 489 **การฝึกงานวิชาชีพ** 1(0-40-20)  
(Internship)

ฝึกงานภายในองค์กร บริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์ ละครโทรทัศน์ หรือสื่อดิจิทัล เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 8 สัปดาห์

FWD 492 **ปริญญานิพนธ์** 5(0-10-5)  
(Senior Project)

เงื่อนไขการลงทะเบียน : จะต้องผ่านวิชาชีพบังคับมาแล้ว ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต  
นำความรู้และประสบการณ์ทางวิชาชีพมานำเสนอโครงการโดยได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการ  
สาขาวิชา ซึ่งจะต้องประกอบไปด้วยผลงานภาพยนตร์ หรือละครโทรทัศน์ หรือบทภาพยนตร์ขนาดยาว หรือ  
บทละครโทรทัศน์ขนาดยาว และเอกสารอธิบายกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน

FWD 493 **สหกิจศึกษา** 6(0-40-20)  
(Cooperative Education)

วิชาบังคับก่อน : ผ่านการศึกษากลุ่มวิชาชีพไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต  
หรือโดยความเห็นชอบคณะกรรมการสาขาวิชา  
ปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการทางวิชาชีพการเขียนบท การกำกับภาพยนตร์และโทรทัศน์  
เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 16 สัปดาห์ และนำเสนอผลงานพร้อมเอกสารประกอบ ภายใต้การดูแลของคณะกรรมการ  
สหกิจศึกษาและสถานประกอบการ

### รายวิชาชีพเลือก

FWD 112 **ทฤษฎีเรื่องเล่า** 3(3-0-6)  
(Narrative Theories)

พื้นฐานของทฤษฎีเรื่องเล่า ประวัติความเป็นมาของเรื่องเล่า ของทั้งตะวันตกและตะวันออก  
ประเภทของเรื่องเล่า ความหมาย ลักษณะ และความสำคัญของเรื่องเล่า

FWD 311 **การวิจารณ์ภาพยนตร์และละครโทรทัศน์** 3(3-0-6)  
(Film and Television Drama Criticism)

ความรู้พื้นฐานด้านสุนทรียศาสตร์ ขอบเขต ความหมาย และความสำคัญ ของการวิจารณ์  
ภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ ทฤษฎีและแนวคิดในการวิจารณ์ของสำนักต่างๆ ที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์  
ศิลปะภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ ความสัมพันธ์ระหว่างภาพยนตร์และละครโทรทัศน์กับบริบททางสังคม  
นำทฤษฎีและแนวคิดต่าง ๆ มาฝึกวิจารณ์ภาพยนตร์และละครโทรทัศน์

- FWD 421 **การสัมมนาการเขียนบทภาพยนตร์และบทละครโทรทัศน์** 3(1-4-4)  
(Seminar in Film Screenplay Writing and Television Drama Script Writing)  
วิเคราะห์และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาต่าง ๆ ในบทภาพยนตร์และบทละครโทรทัศน์ในปัจจุบัน และเสนอแนวทางในการแก้ไขปัญหาเพื่อเพิ่มพูนความรู้ ความคิด ประสบการณ์ ตลอดจนฝึกหัดให้รู้จักวิธีการ วิเคราะห์และแก้ไขปัญหาต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ
- FWD 422 **การวิเคราะห์บทภาพยนตร์และบทละครโทรทัศน์** 3(3-0-6)  
(Film and Television Drama Script Analysis)  
หลักการวิเคราะห์บทภาพยนตร์และบทละครโทรทัศน์โดยเน้นการวิเคราะห์โครงเรื่อง โครงสร้างตัวละคร และการพัฒนาตัวละคร
- FWD 423 **การเขียนบทเพื่องานแอนิเมชัน** 3(2-2-5)  
(Writing for Animations)  
การเขียนบทแอนิเมชัน เรียนรู้ขั้นตอนการสร้างสรรค์แอนิเมชัน เรียนรู้ความเป็นมาของแอนิเมชัน เน้นการสร้างโครงเรื่องและพัฒนาตัวละคร ฝึกการเขียนโครงเรื่อง การทำเบรกดาวน์ และเขียนบทภาพ
- FWD 424 **การเขียนบทและกำกับเพื่อการผลิตไวรัล** 3(1-4-4)  
(Script Writing and Directing for Viral)  
การสร้างสรรค์ข้อความ ฝึกการเขียนเพื่อนำเสนอและขายงาน เขียนบท วางแผน กำกับและถ่ายทำไวรัล
- FWD 425 **หัวข้อเฉพาะทางการเขียนบทและการกำกับภาพยนตร์และละครโทรทัศน์** 3(3-0-6)  
(Selected Topics in Screenwriting and Directing for Film and Television Drama)  
หัวข้อเกี่ยวกับการเขียนบทและการกำกับภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ ที่กำลังเป็นที่สนใจในแวดวงวิชาชีพ
- FWD 426 **การสร้างสรรค์ศิลปะเพื่อภาพยนตร์และละครโทรทัศน์** 3(1-4-4)  
(The Art of Film and Television Drama Creation)  
ศิลปะในภาพเคลื่อนไหว ภาพยนตร์ และละครโทรทัศน์ ทฤษฎีสี องค์ประกอบศิลป์ ส่วนประกอบของการออกแบบสิ่งประกอบฉาก การออกแบบงานสร้าง
- FWD 432 **การเขียนบทและกำกับสารคดี** 3(1-4-4)  
(Script Writing and Directing for Documentary)  
รูปแบบภาพยนตร์สารคดีและวิธีการเขียนบทภาพยนตร์สารคดีทุกขั้นตอนให้นักศึกษานำความคิด แรงบันดาลใจและการค้นคว้าข้อมูลที่ได้จากเรื่องจริงมาสร้างเป็นภาพยนตร์สารคดี

## สาขาวิชาการสร้างสรรค์คอนเทนต์ดิจิทัล (Digital Content Creation)

- DCC 111 **ภูมิทัศน์สื่อและโลกของดิจิทัล** 3(3-0-6)  
(Digital Media Landscape)  
ความหมาย ความสำคัญ และผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่อ การแปลงสภาพเทคโนโลยีสื่อจากสื่อกระแสหลักหลักเป็นสื่อดิจิทัล การสร้างคอนเทนต์ที่เกิดจากผู้ใช้งาน ปรัชญาการณีสื่อใหม่ และการบูรณาการแนวคิดข้ามศาสตร์เพื่อการสื่อสาร
- DCC 131 **การสร้างและการนำเสนอตัวตนบนโลกออนไลน์** 3(3-0-6)  
(Creating and Presenting Identities via Online Sphere)  
การรู้จักตัวตน พฤติกรรม คุณลักษณะเฉพาะตัวผ่านแนวคิดการสื่อสารภายในตนเอง จิตวิทยาบุคลิกภาพ การพัฒนาศักยภาพ และกลยุทธ์การนำเสนอตัวตนผ่านสื่อรูปแบบต่าง ๆ บนสื่อออนไลน์
- DCC 211 **การเจาะลึกผู้ใช้สื่อดิจิทัล** 3(2-2-5)  
(Digital Media User Insight)  
การวิเคราะห์ลักษณะ พฤติกรรม จิตวิทยาการใช้สื่อดิจิทัลของกลุ่มคนต่าง ๆ อาทิ เด็ก วัยรุ่น วัยทำงาน หรือผู้สูงอายุ เพื่อนำไปใช้ประกอบการวางแผนการสร้างคอนเทนต์ผ่านช่องทางสื่อที่หลากหลาย โดยอาศัยกรอบแนวคิด ทฤษฎี ของการวิจัย ภายใต้อหัครยกรรมการวิจัย
- DCC 221 **การเล่าเรื่องในสื่อดิจิทัล** 3(3-0-6)  
(Storytelling in Digital Media)  
หลักและแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารยุคดิจิทัล รูปแบบการเล่าเรื่องข้ามสื่อ เทคนิคการออกแบบคอนเทนต์และการถ่ายทอดเรื่องราวในสื่อดิจิทัล การวิเคราะห์กลวิธีในการเขียนและการเล่าเรื่องด้วย ตัวอักษร ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ภาพกราฟิก และเสียง ที่ปรากฏในสื่อดิจิทัลเพื่อการประยุกต์ใช้ในทุกแพลตฟอร์ม Principles and concepts of digital communication, transmedia storytelling, techniques of
- DCC 223 **การออกแบบคอนเทนต์ไลฟ์สไตล์สำหรับสื่อดิจิทัล** 3(2-2-5)  
(Lifestyle Content Design for Digital Media)  
เทคนิคและกระบวนการออกแบบ สร้างสรรค์คอนเทนต์ และกลยุทธ์การเล่าเรื่อง การฝึกทักษะการสร้างสรรค์คอนเทนต์ไลฟ์สไตล์ อาทิ อาหาร การท่องเที่ยว แฟชั่น ความงาม สุขภาพ เพื่อนำเสนอบนสื่อดิจิทัล



- DCC 224 สื่อดิจิทัลเพื่อการขับเคลื่อนสังคม** 3(3-0-6)  
(Digital Media for Social Movement)  
บูรณาการทฤษฎีแห่งการเปลี่ยนแปลง และยุทธวิธีการเปลี่ยนแปลง กระบวนทัศน์ การสื่อสาร เพื่อการพัฒนา แนวทางการรณรงค์ กำหนดประเด็นปัญหาของสังคมในปัจจุบัน และการประยุกต์ใช้สร้างสรรค์ สื่อดิจิทัลเพื่อสร้างดุลยภาพในสังคม
- DCC 242 ปฏิบัติการผลิตและหลังการผลิตสำหรับสื่อดิจิทัล** 3(1-4-4)  
(Production and Post-Production Workshop for Digital Media)  
ฝึกปฏิบัติขั้นตอนการผลิต ศิลปะการถ่ายทอดเรื่องราววิธีการผลิตคอนเทนต์รูปแบบ ต่าง ๆ การใช้อุปกรณ์อัจฉริยะเพื่อสร้างความน่าสนใจให้กับคอนเทนต์ รวมถึงเทคนิคกระบวนการหลังการผลิต การตัดต่อโดยใช้องค์ประกอบตัวอักษร กราฟิก เสียง ภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหว เพื่อสื่อความหมายและน่าดึงดูดใจ
- DCC 231 ผู้นำทางความคิดบนโลกออนไลน์** 3(3-0-6)  
(Online Key Opinion Leader)  
ความสำคัญ บทบาท ประเภท และจริยธรรมของผู้นำทางความคิดบนโลกออนไลน์ วิเคราะห์ คุณลักษณะ และกลยุทธ์การสื่อสารของผู้นำทางความคิดในโลกออนไลน์รวมถึงปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้นำทางความคิดกับพฤติกรรมผู้รับสาร การวิเคราะห์สถานการณ์ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้ติดตาม และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง
- DCC 232 การสร้างสรรค์รายการสดและเทคนิคการสตรีมมิ่ง** 3(1-4-4)  
(Creation of Live Program and Streaming Techniques)  
ฝึกปฏิบัติการผลิตรายการสด การออกแบบคอนเทนต์ รูปแบบรายการ องค์ประกอบการนำเสนอ อาทิ กราฟิก ดนตรี เสียงประกอบต่าง ๆ เพื่อสร้างความน่าสนใจ และการใช้เทคนิคสตรีมมิ่งเพื่อนำเสนอรายการบนสื่อดิจิทัล
- DCC 341 การออกแบบกราฟิกสำหรับสื่อดิจิทัล\*\*** 3(1-4-4)  
(Graphic Design for Digital Media)  
ทฤษฎี ศิลปะ การออกแบบกราฟิก หลักการใช้สี การจัดรูปแบบตัวอักษร การสร้างภาพ-ตกแต่งภาพ การจัดวางองค์ประกอบ และการจัดหน้าในการออกแบบ วิธีคิด ขั้นตอน เทคนิคการถ่ายทอดแนวความคิดเป็นรูปธรรม หลักการนำเสนอแนวคิดและอารมณ์ความรู้สึกในการออกแบบ ตลอดจนการฝึกปฏิบัติใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการออกแบบสื่อที่หลากหลาย

**DCC 342 โครงการสร้างสรรค์คอนเทนต์ดิจิทัล** 3(1-4-4)  
(Digital Content Creation Project)

บูรณาการทักษะการผลิตคอนเทนต์ และการผลิตรายการผ่านระบบสตรีมมิ่ง การฝึกปฏิบัติ และศึกษาดูงานด้านเทคนิคขั้นพื้นฐานการผลิตงานในสื่อดิจิทัล ศึกษาประเภทและรูปแบบของ เครื่องมือ อุปกรณ์ต่าง ๆ ที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพต่อลักษณะการผลิตคอนเทนต์ พร้อมนำไปสู่การเผยแพร่ด้วย ระบบสตรีมมิ่งบนสื่อดิจิทัล

**DCC 489 การฝึกงานวิชาชีพ** 1(0-40-20)  
(Internship)

วิชาบังคับก่อน : ผ่านการศึกษากลุ่มวิชาชีพไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต  
หรือโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการสาขาวิชา

ฝึกงานในสถาบันหรือหน่วยงานวิชาชีพต่าง ๆ ตามความสนใจและสอดคล้องกับสาขาวิชาที่ศึกษา เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 8 สัปดาห์ และนำเสนอผลงานพร้อมเอกสารประกอบการฝึกงาน โดยผ่านการประเมินผลของหน่วยงานวิชาชีพและคณะกรรมการของสาขา

**DCC 492 ปรินญานิพนธ์** 5(0-10-5)  
(Senior Project)

วิชาบังคับก่อน : ผ่านการศึกษากลุ่มวิชาชีพไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต  
หรือโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการสาขาวิชา

ผลิตผลงานปรินญานิพนธ์ในหัวข้อ หรือในเรื่องที่นักศึกษาสนใจ และสอดคล้องกับ สาขาวิชา ที่ศึกษามา โดยอยู่ในความควบคุม และการประเมินผลของคณะกรรมการสาขาวิชา

**DCC 493 สหกิจศึกษา** 6(0-40-20)  
(Co-operative Education)

วิชาบังคับก่อน : ผ่านการศึกษากลุ่มวิชาชีพไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต  
หรือโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการสาขาวิชา

การฝึกงานในสถานประกอบการที่ร่วมโครงการสหกิจศึกษา โดยมีจุดมุ่งหมายให้นักศึกษา ได้เรียนรู้ประสบการณ์จริงในการปฏิบัติงานทางด้านสื่อดิจิทัล รวมทั้งฝึกการพัฒนาตนในการอยู่ร่วมกับสังคม เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 16 สัปดาห์และนำเสนอผลงานพร้อมเอกสารประกอบ โดยผ่านความเห็นชอบทั้งสถานประกอบการและคณะกรรมการสาขาวิชา

## รายวิชาซีพีเลือก

- DCC 222 การบูรณาการข้อมูลเพื่อการสร้างสรรค์คอนเทนต์ดิจิทัล (Data Integration for Digital Content Creation) 3(3-0-6)  
หลักการ แนวคิด การสืบค้นข้อมูล การใช้ข้อมูลอ้างอิงที่หลากหลาย การนำข้อมูล ต่าง ๆ มาบูรณาการ วิเคราะห์โจทย์เพื่อออกแบบสื่อดิจิทัล กำหนดทิศทางกระบวนการการผลิต และนำเสนอให้เกิดการตัดสินใจเลือกนำไปใช้
- DCC 225 การเล่าเรื่องด้วยภาพและอินโฟกราฟิก (Visual Storytelling and Infographics) 3(2-2-5)  
หลักการรับรู้และการสร้างสรรค์งานทางด้านสื่อดิจิทัลด้วยภาพ ความเป็นมาความสำคัญและการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบอินโฟกราฟิก รวมทั้งฝึกทักษะในการสร้างอินโฟกราฟิกในรูปแบบต่าง ๆ
- DCC 241 การออกแบบเสียงและการสร้างสรรค์พอดคาสต์เพื่อสื่อดิจิทัล (Sound Design and Podcast Creation for Digital Media) 3(2-2-5)  
การใช้องค์ประกอบเสียงเพื่อการถ่ายทอดเรื่องราว เทคนิค กระบวนการ การสร้างสรรค์พอดคาสต์ ฝึกปฏิบัติการวางแผน การผลิตพอดคาสต์ ได้อย่างเหมาะสม เพื่อสร้างประสบการณ์ร่วมกับผู้ฟัง
- DCC 311 การดำเนินธุรกิจในอุตสาหกรรมสื่อดิจิทัล (Conducting Business in Digital Media Industry) 3(3-0-6)  
แนวโน้มสถานการณ์ธุรกิจสื่อดิจิทัลในปัจจุบัน แนวคิดการบริหาร การจัดการ การเป็นเจ้าของกลุ่มทุน ที่มาของรายได้ในอุตสาหกรรมสื่อดิจิทัล การเชื่อมโยงแนวคิดการสื่อสารการตลาด และการเป็นผู้ประกอบการด้านสื่อดิจิทัล
- DCC 321 การรีวิวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Review) 3(2-2-5)  
หลักการ ความหมาย ลักษณะ ประเภท และองค์ประกอบของการรีวิว กลวิธีการรีวิวให้เหมาะสมกับสื่อดิจิทัล ฝึกทักษะการรีวิวอย่างสร้างสรรค์จากประสบการณ์จริง รวมถึงการบรรณาธิกรภายใต้กรอบจริยธรรมก่อนเผยแพร่
- DCC 331 การนำเสนอผลงานเพื่อต่อรองทางธุรกิจสื่อดิจิทัล (Pitching for Digital Media Business Negotiation) 3(2-2-5)  
แนวคิด รูปแบบ กระบวนการ และการนำเสนอผลงานที่มีประสิทธิภาพ วิธีพิจารณาเงื่อนไขข้อ

กำหนดของผู้ว่าจ้าง ทั้งจากภาครัฐและเอกชน ฝึกปฏิบัติการนำเสนองาน เทคนิคการเจรจาต่อรองอย่างมืออาชีพ รวมถึงการจัดทำข้อเสนอโครงการที่สมบูรณ์และน่าสนใจ

**DCC421 ข่าวและสารคดีสำหรับสื่อดิจิทัล** 3(2-2-5)  
(News and Feature for Digital Media)

หลักการ ความหมาย ลักษณะ ประเภทและองค์ประกอบของข่าว และสารคดี เทคนิคการนำเสนอข่าว และสารคดีให้เหมาะสมกับสื่อดิจิทัล มีเป้าหมายเพื่อการรายงานข้อเท็จจริงของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ตลอดจนความคิดเห็นของบุคคล มีกลวิธีนำเสนอให้น่าอ่าน น่าติดตาม โดยเน้นการฝึกทักษะการนำเสนออย่างสร้างสรรค์ รวมถึงมีการบรรณาธิกรภายใต้กรอบจริยธรรม

**DCC432 คอนเทนต์เชิงเสมือนและสื่อปฏิสัมพันธ์** 3(1-4-4)  
(Virtual Content & Interactive Media)

การใช้ซอฟต์แวร์และฮาร์ดแวร์เพื่อการผลิตด้วยเทคโนโลยีสร้างความเป็นจริงเสมือนและความเป็นจริงเสริม ในงานผลิตสื่อและงานออกแบบจาก การฉายภาพลงบนพื้นที่ และการออกแบบคอนเทนต์ที่ร่วมสมัยเพื่อการสื่อสารที่มีปฏิสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ

**DCC441 ศิลปะการถ่ายภาพเคลื่อนไหว** 3(2-2-5)  
(Art of Cinematography)

หลักการพื้นฐานและการประยุกต์ใช้ มุมมองจากการถ่ายภาพสู่ถ่ายทำภาพเคลื่อนไหวอย่างมีแบบแผน ตามลำดับขั้นตอนตั้งแต่การออกแบบความคิดสร้างสรรค์ การสื่อสารด้วยอารมณ์ของภาพ การสร้างเรื่องราวของคอนเทนต์ผ่านมุมมองของภาพเคลื่อนไหวเพื่อความเข้าใจในสุนทรียะ ด้วยการฝึกปฏิบัติ

**DCC 442 ปฏิบัติการตัดต่อและลำดับภาพขั้นสูง** 3(1-4-4)  
(Advanced Editing and Sequencing Workshop)

พัฒนาความคิดและเทคนิคการลำดับภาพเพื่อสื่อความหมายตามหลักสุนทรียศาสตร์วิเคราะห์งานเพื่อศึกษากลวิธี ฝึกปฏิบัติกระบวนการหลังการถ่ายทำ การแก้ไข การผสมเสียง และกราฟิก ประยุกต์ใช้อุปกรณ์และโปรแกรมตัดต่ออย่างสร้างสรรค์



## รายชื่ออาจารย์

## วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

- รศ.ดร.กฤษณ์ ทองเลิศ**  
**คณบดี**  
นศ.บ. (การสื่อสารมวลชน) เกียรตินิยม อันดับ 2  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ศศ.บ. (รัฐศาสตร์) มหาวิทยาลัยรามคำแหง  
นศ.ม. (การสื่อสารมวลชน) จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย  
นศ.ด. (นิเทศศาสตร์) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ผศ.ธีรภรณ์ กลิ่นสุคนธ์**  
**รองคณบดีฝ่ายบริหาร**  
นศ.บ. (สารนิเทศ) เกียรตินิยม อันดับ 2  
มหาวิทยาลัยรังสิต  
พบ.ม.(เทคโนโลยีการบริหาร) สถาบันบัณฑิต  
พัฒนบริหารศาสตร์
- อรรถธญา พิกุลพารุ่งโรจน์**  
**รองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย**  
นศ.บ (ประชาสัมพันธ์) เกียรตินิยมอันดับ 1  
เหรียญทอง มหาวิทยาลัยรังสิต  
นศ.ม.(นิเทศศาสตร์) มหาวิทยาลัยรังสิต
- วรวุฒิ อ่อนน่วม**  
**รองคณบดีฝ่ายกิจการนักศึกษา**  
นศ.บ.(วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์)  
มหาวิทยาลัยรังสิต  
นศ.ม (สื่อสารมวลชน) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ผศ.ดร. ดวงทิพย์ เจริญรุกษ์**  
**รองคณบดีฝ่ายวิเทศน์สัมพันธ์ และหัวหน้า  
หลักสูตร นิเทศศาสตร์นานาชาติ**  
ศศ.บ. (ภาษาศาสตร์) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
ว.ม.(สื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
Ph.D. (Communication Studies)  
Ohio University, U.S.A
- รศ.ดร.กฤษณ์ ทองเลิศ**  
**ผู้อำนวยการหลักสูตรนิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต**  
นศ.บ. (การสื่อสารมวลชน) เกียรตินิยม อันดับ 2  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ศศ.บ. (รัฐศาสตร์)  
มหาวิทยาลัยรามคำแหง  
นศ.ม. (การสื่อสารมวลชน) จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย  
นศ.ด. (นิเทศศาสตร์) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- รศ.ดร. ลักษณะ คล้ายแก้ว**  
**หัวหน้าหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต**  
สาขา นิเทศศาสตร์  
ศศ.บ. (ภาษาและวรรณคดีอังกฤษ)  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
นศ.ม. (นิเทศศาสตร์พัฒนาการ)  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
Ph.D. (Communication) University of  
Canberra, Australia
- ผศ.ดร.ฉลองรัฐ เหมอมาลัยชลมารค**  
**หัวหน้าหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต**  
**สาขาวิชาการเขียนบทและการกำกับภาพยนตร์  
และโทรทัศน์**  
นศ.บ.(วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์)  
เกียรตินิยมอันดับ1 มหาวิทยาลัยรังสิต  
นศ.ม. (การสื่อสารมวลชน) จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย  
ปร.ด. (นิเทศศาสตร์) มหาวิทยาลัยรังสิต
- สุรัตน์ ทองหรี**  
**หัวหน้าสาขาวิชาวิทยุและโทรทัศน์**  
**มัลติแพลตฟอร์ม**  
ศศ.บ (นิเทศศาสตร์) สถาบันราชภัฏเพชรบุรี  
วิทยาเขตกรณีน  
นศ.ม. (นิเทศศาสตร์) มหาวิทยาลัยรังสิต
- วาจวิมล เดชเขตต์**  
**หัวหน้าสาขาวิชาการภาพยนตร์ดิจิทัล**  
ว.บ.(ภาพยนตร์และภาพถ่าย)  
มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์  
M.A (Communication Arts TV. & Video  
Production)  
New York Institute of Technology ,U.S.A

## วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

11. **รพีวรรณ กลยณี**  
หัวหน้าสาขาวิชาการประชาสัมพันธ์และ  
สื่อสารองค์กร  
นศ.บ. (การประชาสัมพันธ์) มหาวิทยาลัยรังสิต  
นศ.ม (วารสารสนเทศ) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
11. **ศ.ดร.พิทักษ์ ชูมงคล**  
หัวหน้าสาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล  
ศบ. (สื่อสารมวลชน) มนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัย  
รามคำแหง  
นศ.ม.(ประชาสัมพันธ์) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ปร.ด.(นิเทศศาสตร์และนวัตกรรม) สถาบันพัฒนา  
บัณฑิตบริหารศาสตร์
12. **ศ.ดร.บุปผา บุญสมสุข**  
หัวหน้าสาขาวิชาคอนเทนต์และสื่อดิจิทัล  
นศ.บ.(วารสารศาสตร์) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
นศ.ม. (การหนังสือพิมพ์) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ปร.ด. (นิเทศศาสตร์) มหาวิทยาลัยรังสิต
13. **ณัฐศรัชย์ พรเอี่ยม**  
หัวหน้าสาขาวิชานวัตกรรมการโฆษณาและ  
สื่อสร้างสรรค์  
นศ.บ. (การโฆษณา) มหาวิทยาลัยสยาม  
ว.ม. (การบริหารสื่อสารมวลชน)  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
14. **ดร.ขวัญชนก โชติมุกตะ**  
หัวหน้าสาขาวิชาสื่อสารการแสดง  
ศป.บ(นาฏศิลป์)จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
M.A.(Performing Arts) Savannah Collage of  
Arts and Design, USA.
15. **ศ.ดร.สำราญ แสงเดือนฉาย**  
หัวหน้าสาขาวิชามัลติมีเดีย  
ค.บ. (เทคโนโลยี) วิทยาลัยครูพระนคร  
ศษ.ม. (เทคโนโลยีการศึกษา)  
มหาวิทยาลัยขอนแก่น  
นศ.ม. (นิเทศศาสตร์) มหาวิทยาลัย  
สุโขทัยธรรมาธิราช
16. **นฤนาถ ไกรนรา**  
หัวหน้าสาขาวิชานิเทศศาสตร์การกีฬา  
นศ.บ (วารสารศาสตร์)มหาวิทยาลัยรังสิต  
นศ.ม.(นิเทศศาสตร์) มหาวิทยาลัยรังสิต
17. **รพีพิมล ไชยเสนาะ**  
หัวหน้าสาขาวิชาการเขียนบทและการกำกับ  
ภาพยนตร์และโทรทัศน์  
นศ.บ (การภาพยนตร์และวีดิทัศน์)  
มหาวิทยาลัยรังสิต  
M.F.A. (Motion Picture and Television)  
Academy of Arts University USA
18. **รศ.ดร.กฤษดา เกิดดี**  
นศ.บ.(การสื่อสารมวลชน)  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
นศ.ม.(การสื่อสารมวลชน) จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย  
Ph.D. (International Communication)  
Macquaire University Sydneymey, Australia
19. **คมศร สนองคุณ**  
นศ.บ (วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์)  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
นศ.ม.(นิเทศศาสตร์ธุรกิจ) มหาวิทยาลัย  
ธุรกิจบัณฑิต
20. **ศ.ดร.จิรัชมา วิเชียรปัญญา**  
ศศ.บ.(บรรณารักษศาสตร์) มหาวิทยาลัยขอนแก่น  
อ.ม.(บรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์)  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ค.ด.(เทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา)  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
21. **ฉัตรปกรณ์ ประเสริฐสังข์**  
วท.บ.(ปีเตอร์เคมีและวัสดุโพลีเมอร์)  
มหาวิทยาลัยศิลปากร  
B.A. (Multimedia) Royal Melbourne Institute  
of Technology (RMIT),  
Australia M. (Multimedia) Swinburne University  
of Technology, Australia.



## วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

22. **ดร. ชัชฎา สกฤณา**  
นศ.บ. (ประชาสัมพันธ์)  
เกียรติคุณอันดับ 1 มหาวิทยาลัยรังสิต  
นศ.ม. (นิเทศศาสตร์) มหาวิทยาลัยรังสิต  
ปร.ด. (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรม) สถาบันพัฒนา  
บัณฑิตบริหารศาสตร์
23. **ดร. ชวพร ธรรมนิตยกุล**  
ศศ.บ. (ภาษาอังกฤษ)  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
นศ.ม. (การสื่อสารมวลชน) จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย  
ปร.ด. (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรม) สถาบันพัฒนา  
บัณฑิตบริหารศาสตร์
24. **ผศ. ชาญชัย สุขสุวรรณ**  
คศ.บ. (พลศึกษา) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
นศ.ม. (นิเทศศาสตร์) มหาวิทยาลัยรังสิต
25. **ผศ. ดร. ฐิติ วิทยสรณะ**  
ศศ.บ. (การสื่อสารมวลชน)  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
ศน.ม (รัฐศาสตร์) มหาวิทยาลัยรามคำแหง  
นศ.ม (นิเทศศาสตร์พัฒนาการ)  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ศน.บ (รัฐศาสตร์การปกครอง)  
มหาวิทยาลัยมหา มกุฏราชวิทยาลัย  
ปร.ด. (นิเทศศาสตร์) มหาวิทยาลัยรังสิต
26. **ณวัฒน์ อินทอง**  
นศ.บ. (วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์)  
มหาวิทยาลัยรังสิต  
ศป.ม. (ออกแบบเลขศิลป์) จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย
27. **ณัฐพงษ์ หิริรักษาพิทักษ์**  
ศ.บ. (ออกแบบนิเทศศิลป์) มหาวิทยาลัยศิลปากร  
นศ.ม. (การโฆษณา) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
28. **พรหมพงษ์ แก้วดวงเด่น**  
วท.บ. (ออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม)  
สถาบันราชภัฏสวนดุสิต  
นศ.ม. (นิเทศศาสตร์) มหาวิทยาลัยรังสิต
29. **พรทิพย์ ประเสริฐยิ่งสุข**  
อ.บ. (ศิลปการละคร) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
นศ.ม. (นิเทศศาสตร์) มหาวิทยาลัยรังสิต
30. **ผศ. ดารุเรศ กาศโอสถ**  
ศศ.บ. (การสื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
นศ.ม. (การสื่อสารมวลชน) จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย  
ศศ.ม. (ภาษาและการสื่อสาร) (English Program)  
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
31. **ตรีรัตน์ นิลรัตน์**  
ศศ.บ. (การสื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
นศ.ม. (นิเทศศาสตร์พัฒนาการ)  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
32. **ผศ. ดร. เฉียรชัย อิศรเดช**  
อ.บ. (ศิลปการละคร) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ศศ.ม. (มานุษยวิทยา) มหาวิทยาลัยศิลปากร  
ปร.ด. (นิเทศศาสตร์) มหาวิทยาลัยรังสิต
33. **นรากร อมรจัตรา**  
ว.บ. (การโฆษณา) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
นศ.ม. (การโฆษณา) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
34. **นวนิต ประถมบุรณ์**  
นศ.บ. (การประชาสัมพันธ์) เกียรติคุณอันดับ 2  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
อ.ม. (ปรัชญา) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
35. **ดร. นุดี หนูไพโรจน์**  
อ.บ. (ภาษาอังกฤษ) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
M.A. (Media Arts and Telecommunication)  
Michigan State University  
ปร.ด. (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรม) สถาบันพัฒนา  
บัณฑิตบริหารศาสตร์
36. **ผศ. แฉ่งน้อย บุญยเนตร**  
อ.บ. (ภาษาไทย) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
นศ.บ. (การโฆษณา) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช  
อ.ม. (ภาษาไทย) จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย
37. **ปฏินันท์ สันติเมทนีดล**  
น.บ. (นิติศาสตร์) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
ศ.ม. (พัฒนาลังคม) สถาบันพัฒนาบัณฑิต  
บริหารศาสตร์



## วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

38. **ณชรด อิมณะรัญ**  
นศ.บ.(วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์)  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
นศ.ม. (นิเทศศาสตร์) มหาวิทยาลัยรังสิต
39. **เขมนิจ มาเลเว**  
นศ.บ.(ประชาสัมพันธ์)  
เกียรติคุณอันดับ 1 มหาวิทยาลัยรังสิต  
นศ.ม. (นิเทศศาสตร์) มหาวิทยาลัยรังสิต
40. **ดร.พงศ์ภัทร อนุมติราชกิจ**  
นศ.บ. (การประชาสัมพันธ์) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
M.P.A. (Comparative Administration) Kentucky  
State University, U.S.A.  
M.L.A (Mass Communication) Oklahoma City  
University ,U.S.A  
Ed.D. (Administrative and Policy Studies)  
University of Pittsburgh, U.S.A.
41. **พรนภา แก้วลาย**  
ว.บ. (วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์)  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
บธ.บ.(บริหารธุรกิจทั่วไป) มหาวิทยาลัยรามคำแหง  
ว.ม. (สื่อสารพัฒนาการมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)
42. **ภูร นิยมมล**  
นศ.บ (การภาพยนตร์และวีดิทัศน์)  
มหาวิทยาลัยรังสิต  
นศ.ม (ภาพยนตร์และภาพนิ่ง) จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย
43. **ผศ.พิมพ์ณัฐชยา สัจจาศิลป์**  
นศ.บ.(การโฆษณา) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
นศ.ม.(การโฆษณา)มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
44. **เทพิน สัยวิจิตร**  
นศ.บ.(วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์)  
มหาวิทยาลัยรังสิต  
นศ.ม. (นิเทศศาสตร์) มหาวิทยาลัยรังสิต
45. **ดร.มัติกร บุญคง**  
นศ.บ. (สารนิเทศ) มหาวิทยาลัยรังสิต  
นศ.ม. (นิเทศศาสตร์) มหาวิทยาลัยรังสิต  
ปร.ด. (นิเทศศาสตร์) มหาวิทยาลัยรังสิต
46. **ชานนท์ ประดิษฐ์**  
นศ.บ. (ภาพยนตร์และวีดิทัศน์) มหาวิทยาลัย  
รังสิต  
นศ.ม. (นิเทศศาสตร์) มหาวิทยาลัยรังสิต
47. **ผศ.ดร.กฤษณิกร เจริญกุล**  
ศศ.บ.(ภาษาญี่ปุ่น) มหาวิทยาลัยรังสิต  
นศ.ม (นิเทศศาสตร์) มหาวิทยาลัยรังสิต  
ปร.ด. (นิเทศศาสตร์) มหาวิทยาลัยรังสิต
48. **ดร.วรทัย ราวีนิจ**  
ศศ.บ. (ภาษาอังกฤษ) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
นศ.ม. (การประชาสัมพันธ์) จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย  
นศ.ด. (นิเทศศาสตร์) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
49. **ผศ.ดร.วิวรรธน์ ปาณะสิทธิพันธ์**  
ศศ.บ (การสื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัย เชียงใหม่  
ว.ม. (วิจัยทางการสื่อสาร) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
M.S. (Education) Emporia Kansas State  
College, U.S.A  
Ed.D. (Administrative and policy Studies)  
University of Pittsburgh,U.S.A
50. **ดร.วิสิทธิ์ อนันตศิริประภา**  
ว.บ.(ภาพยนตร์และภาพถ่าย)  
มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์  
นศ.ม (นิเทศศาสตร์) มหาวิทยาลัยรังสิต  
ปร.ด. (นิเทศศาสตร์) มหาวิทยาลัยรังสิต
51. **วีรวัฒน์ อำพันธ์สุข**  
ศ.บ.(ศิลปะไทย) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
นศ.ม.(การสื่อสารมวลชน) จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย
52. **ศศิสเฟส จิตรวิฑกุล**  
ศศ.บ. (ศิลปการละคร) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
นศ.ม. (การสื่อสารมวลชน) จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย

## วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

53. **ดร.ศรัริช ลาภใหญ่ ลอยสมุทร**  
อ.บ. (ภาษาอังกฤษ) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
นศ.ม. (การสื่อสาร)จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
Ph.D. (Media Studies) Edith Cowan University,  
Australia
54. **ดร.ษิฐ ประมวญ**  
นศ.บ. (วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์)  
มหาวิทยาลัยรังสิต  
วท.ม. (การสื่อสารเพื่อการพัฒนา)  
(English Program) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์  
ปร.ด. (การสื่อสาร) มหาวิทยาลัยนเรศวร
55. **ผศ.สมเกียรติ รุ่งเรืองวิริยะ**  
นศ.บ. (การหนังสือพิมพ์) มหาวิทยาลัยสยาม  
นศ.ม. (การหนังสือพิมพ์) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
56. **ผศ.ดร.สรพงษ์ วงศ์ธีระธรณ์**  
นศ.บ. (การหนังสือพิมพ์) มหาวิทยาลัย รังสิต  
M.A. (International Communications)  
Macquarie University ,Sydney, Australia  
ปร.ด. (นิเทศศาสตร์) มหาวิทยาลัยรังสิต
57. **ผศ.สยัมวรา เชื้อหิน**  
ศศ.บ. (ภาษาอังกฤษ) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
M.A. (Mass communication) Central Missouri  
State University, U.S.A
58. **สุเมศ แสงมณี**  
นศ.บ. (นิเทศศาสตร์) มหาวิทยาลัยสุโขทัย  
ธรรมาธิราช  
นศ.ม. (นิเทศศาสตร์) มหาวิทยาลัยรังสิต
59. **ผศ.ดร. อมรรัตน์ ทิพย์เลิศ**  
ศก.บ. (ดุริยางค์ศิลป์)จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
นศ.ม.(การสื่อสารมวลชน) จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย  
ปร.ด. (การสื่อสารมวลชน)  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
60. **ดร.อานิก ทวีชาชาติ**  
นศ.บ.(วิทยุกระจายเสียงและ  
วิทยุโทรทัศน์) เกียรตินิยมอันดับ 2  
มหาวิทยาลัยรังสิต  
ว.ม.(การสื่อสารภาครัฐและเอกชน) มหาวิทยาลัย  
ธรรมศาสตร์  
ปร.ด. (นิเทศศาสตร์) มหาวิทยาลัยรังสิต
61.  **आयुวัฒน์ รงคะประยูร**  
นศ.บ (การภาพยนตร์และวีดิทัศน์)  
มหาวิทยาลัยรังสิต  
M.A. (Films and Television) Curtin University ,  
Western Australia
62. **ไอรภาพต ศรีสุชาติ**  
นศ.บ. (วิทยุกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์) เกียรตินิยม  
อันดับ 2 มหาวิทยาลัยรังสิต  
ว.ม. (การบริหารสื่อสารมวลชน)  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
63. **อรรถยา สุนทรายน**  
นศ.บ. (หนังสือพิมพ์) มหาวิทยาลัยรังสิต  
ศล.ม. (คอมพิวเตอร์อาร์ต) มหาวิทยาลัยรังสิต